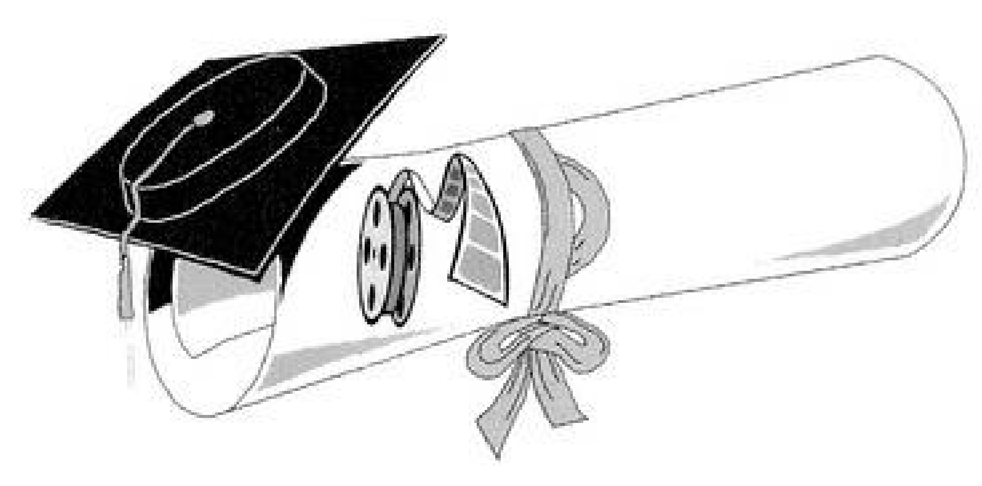
البحث العلمي في الدراسات الإعلامية

الدكتور محمد عبد الحميد
أستاذ الإعلام - جامعة حلوان



عالم الكتب



البحث العلمى
فـــى
الدراسات الإعلامية

البحث العلمي

في الدراسات الإعلامية

الدكتور محمد عبد الحميد
أستاذ الإعلام - جامعة حلوان

عالم الكتب

الإعلام

عبد الحميد . محمد .

البحث العلمي في الدراسات الإعلامية / محمد عبد الحميد .ـ ط ١ .

القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٠ م

٤٩٤ ص ؛ ٢٤ سم

يشتمل على ارجاعات ببليوجرافية (ص ٤٨٤ ـ ٤٩١)

تدمك : 8 - 218 - 232 - 977

١ ـ العنوان أ ـ رأس الموضوع

(١٠٥..)

عالم الكتب

نشر ★ توزيع ★ طباعة

الإدارة :

١٦ شارع جواد حسني

تليفون : ٣٩٢٤٦٢٦

فاكس : ٣٩٣٩٠٢٧

المكتبة :

٣٨ ش عبد الخالق ثروت

تليفون : ٣٩٢٦٤٠١

ص.ب : ٦٦ محمد فريد

الرمز البريدي : ١١٥١٨

الطبعة الأولى

١٤٢١ هـ ـ ٢٠٠٠ م

رقم الإيداع : ١١٢٣٤ / ٢٠٠٠

بسم الله الرحمن الرحيم

«ن والقلم وما يسطرون»

صدق الله العظيم

مقدمــة

لماذا تأخر هذا الكتاب . . . ؟

لعل هذا السؤال يطرحه كل قارئ لفصوله، ويرى أن سطورها تلبي حاجة علمية لديه . لماذا تأخر كل هذه السنوات وهناك ندرة فى هذا النوع من المراجع العلمية .

هناك أكثر من سبب وكلها أسباب مقصودة . **أولها** أننى آثرت أن تكون البداية بإعداد المراجع الخاصة بالمنهج العلمى لكل عنصر من عناصر العملية الإعلامية أولا. وفعلاً صدرت الكتب الخاصة بتحليل المحتوى فى بحوث الإعلام، ودراسة الجمهور فى بحوث الإعلام، وبحوث الصحافة، بالإضافة إلى عدد من الأوراق الخاصة بالبحث النقدي ودراسة الصورة الصحفية وغيرها . وهذه الاصدارات زادت من التعمق فى دراسة هذه العناصر، وكنت أعتقد فى كفاية هذه الدّراسات لأنها تقدم إجابات متعمقة عن أهداف دراسة كل من عناصر العملية الإعلامية .

السبب الثانى هو الإعتقاد بأن علم المناهج *Methodology* ليس بالبساطة التى تسمح لكل من أجرى بحثا أو دراسة علمية أن يلم به وكل أبعاده، فالأمر يحتاج إلى مزيد من التعمق والاستبصار فى الحاجات والأهداف العلمية وعلاقاتها بطرق البحث وأساليبه وحدود تطبيقاتها فى إطار أكثر شمولاً، يوفر متطلبات المرونة والاختيار الصحيح للمناهج والأساليب والأدوات التى تسهم فى تطوير المعرفة العلمية المتخصصة . ولم يكن ذلك سهلاً دون الاستزادة المتعمقة فى هذا العلم وعلاقته بالعلوم الأخرى .

السببالثالث: إن التعرض إلى مناهج البحث العلمى بالعمق والتفصيل اللازم يجب أن يكون دالا إلى كفاية العمق النظرى للمعرفة العلمية المتخصصة، بحيث تجد إجابة منهجية لكل سؤال تطرحه هذه المعرفة والمعارف العلمية المرتبطة لها. ولذلك كان اهتمامى دائما بالربط بين السؤالين ... ماذا ندرس..؟ وكيف ندرس..؟ والفصل بينهما فى علم المناهج يشكل أزمة للبحث العلمى، تتمثل فى تراجع القيمة العلمية للدراسات والبحوث التى يتم القيام بها فى إطار التخصص . ولذلك كان الهدف أولا الوقوف على تطور الفكر العلمى فى مجال الإعلام ونظرياته لزيادة الثقة فى إمكانية التعرض للسؤالين معا فى عمل واحد .

السبب الرابع : أننى آثرت خلال هذه السنوات عدم العجلة فى إعداد هذا العمل، والوقوف موقف المراقب للبحث العلمى فى الدراسات الإعلامية وإنجازاته فى مصر والوطن العربى . لتقويم مسار البحث وتحديد إيجابياته وسلبياته وحاجات الباحثين والبحث العلمى

حتى يمكن تقديمها فى عمل متكامل يناقش كل جوانب الأداء والقصور، ويلبى الحاجات التى يراها المراقب خلال هذه السنوات .

وعلى الرغم مما يثيره السبب الرابع خاصا بحدود المتابعة والمراقبة، فإنه كان سببا فى الإسراع بإعداد هذا العمل . لأن الأمر وصل إلى حد الأزمة فى التناول المنهجى فى البحوث الإعلامية . تمثلت هذه الأزمة فى جوانب عديدة يتصدرها الاقتراب الحذر من المنهج العلمى وأدواته وتطبيقاته، اكتفاء بما سجله السابقون عن أدبيات تقادمت بعد أن طال عمرها، وانعكس ذلك فى غياب الابداع والعرض النقدى للمنهج العلمى وتطبيقاته . وتمثلت أيضاً فى نمطية تناول المنهج العلمى وآلية الأداء البحثى لدى آخرين، ولعل ذروة الأزمة تظهر فى تناول المنهج العلمى وأدواته فى بحوث أخرى من خلال ماتم تحصيله بالسمع وليس بالقراءة والإطلاع . وهذه نتيجة طبيعية لآلية الأداء فى البحث العلمى .

ولذلك كانت خطة إعداد الكتاب تقوم على التعمق فى المنهج وآلياته وتطبيقاته فى الدراسات الإعلامية، يصاحبه عمق فى الفكر الإعلامى ونظرياته، حتى يمكن تقديم الإجابة بين صفحاته على السؤالين : ماذا يدرس الباحث فى مجال الإعلام وظاهراته العلمية...؟ وكيف يدرس كل ظاهرة بخصائصها المميزة...؟ فى إطار ما استحدث من أفكار وتعميمات، صاحبها مستحدثات عديدة فى المنهج وأدواته يقدمها هذا العمل .

ولذلك كان هدف العمق والشمول واضحا عند جمع المادة العلمية ونقدها فى إطار التحديث العلمى والمنهجى، ثم عرضها بعد ذلك فى فصول هذا الكتاب. التى يتفق تبويبها وتتابعها مع خطوات البحث العلمى وإجراءاته فى شروح تفصيلية وأمثلة عملية تلبى حاجات الباحثين إلى الاقتراب الجاد من تطبيقات علم المناهج فى الدراسات الإعلامية.

ورغم ما يظهر من سعة المادة العلمية لهذا الكتاب، ممثلة فى عدد الفصول التى وصلت إلى سبعة عشر فصلا فيما يقرب من خمسمائة صفحة، إلا أننى مازلت أعتقد أن هناك المزيد مما يمكن تقديمه فى مثل هذا الكتاب .

ولذلك فإننى أقدم هذا الكتاب عملاً متواضعاً أرجو أن يلبى الحاجات العلمية للباحثين فى الدراسات الإعلامية، ويضيف جديداً إلى المنهج العلمى وأدواته وتطبيقاته فى هذه الدراسات والبحوث الخاصة بها .

القاهرة فى ١٨ يونيو ٢٠٠٠

١٥ ربيع الأول ١٤٢١

دكتور

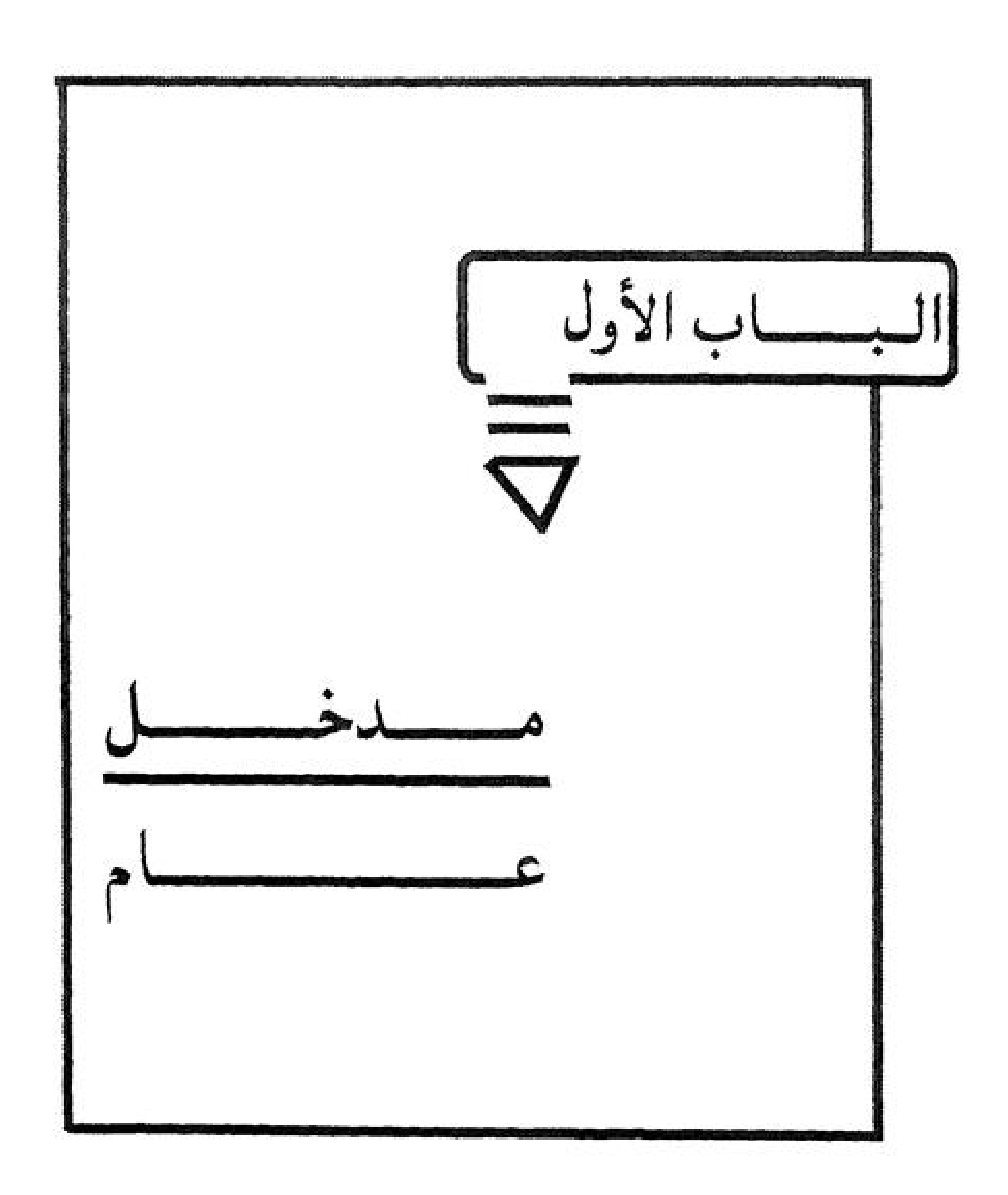
محمد عبد الحميد

فهرست الموضوعات

الموضـــــوع	الصفحة

الصفحة	الموضـــــوع

الموضـــوع	الصفحة


الباب الأول
مدخل
عام

يرتكز نجاح الباحث بداية على دعامتين رئيسيتين **الأولى** : إدراكه للمفاهيم والمعارف الخاصة بعلم المناهج وتطبيقاتها . حتى يمكن الفصل والتفرقة بين الخلافات المتعددة والآراء المتباينة فى صياغة هذه المفاهيم والمعارف . ويدرك بالتالى صحة الاستخدام وسلامة التطبيق للمناهج والأساليب والأدوات التى تصل ببحثه إلى النتائج الصادقة التى يمكن الوثوق بها والتعميم من خلالها .

والدعامة الثانية : هى إدراكه أيضاً للأبعاد النظرية أو المداخل المختلفة التى تعتبر مرشداً له فى تحديد اتجاهه العلمى فى دراسة الظاهرة أو المشكلة العلمية، والجانب الأكثر ثراء فى تحديد المشكلة والاستفادة بنتائج دراستها .

وعلى الرغم من تطور المعرفة العلمية وتراكمها فى الدراسات الإعلامية إلا أنه يلاحظ فى الكثير من البحوث والدراسات أو عرض الباحثين لدراساتهم، يلاحظ غياب الاتفاق على الكثير من المفاهيم والتعريفات والمحددات الخاصة بالطرق والأساليب والأدوات والاختبارات أو المقاييس، حتى أنه يمكن أن نلاحظ أن عددا كبيرا من الباحثين يتجنب الاقتراب من هذه المفاهيم، ويسترشد بما استخدمه السابقون دون رؤية نقدية لهذا الخلاف أو الاتفاق .

وهذا ما يدعو إلى عرض وتحديد التعريفات الخاصة بالبحث العلمى ومفاهيمه، ووضع الحدود بين هذه التعريفات والمفاهيم من خلال المحددات الخاصة بكل منها، باعتباره المدخل العلمى إلى إدراك مناهج البحث وأساليبه وأدواته .

ويدعو أيضاً إلى تناول الجوانب النظرية لاتجاهات البحث فى الدراسات الإعلامية لتكون مرشداً فى تحديد المدخل العلمى لدراسة المشكلات والظواهر الإعلامية .

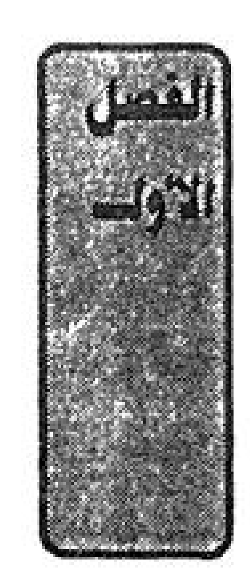
ولهذا ينقسم هذا الباب إلى فصلين .

الفصل الأول : التعريف بالبحث العلمى والعناصر المنهجية؛ ويعتبر المدخل

الأساسى للاقتراب من علم المناهج، من خلال التعريف بالمفاهيم والمصطلحات السائدة فى هذا العلم .

الفصل الثانى: المداخل النظرية للدراسات الاعلامية ويحدد مسارات الاقتراب العلمى أو المداخل النظرية لدراسة الظاهرات أو المشكلات الإعلامية .

ويهتم هذا الباب بعرض هذه المعارف فى عجالة تضع الباحث على بداية الطريق للاقتراب من تطبيقات علم المناهج فى الدراسات الإعلامية . وتجعله يتقدم واثقًا إلى اتخاذ القرارات الخاصة باختبار مشكلة الدراسة والاقتراب أكثر من الخطوات الإجرائية المنهجية للبحث والدراسة وهو محتوى الأبواب التالية .



الفصل الأول

التعريف بالبحث العلمي والعناصر المنهجية

اكتسبت الإنسانية على مدار تاريخها تراكمًا لانهائيًا من المعارف العامة والخاصة، التي تشكل إطار الخبرة الإنسانية . وتجد صداها في سلوك الإنسان وعلاقاته على مر التاريخ . وهذه المعارف يكتسبها الفرد من خلال ملاحظة الأشياء والموجودات، والتأمل فيما وراء وجود الأشياء وحركتها، أو نتائج التجريب الذى يقوم به الانسان بنفسه لتأكيد اعتقاده أو الربط بين الأشياء والموجودات .

وهذا التراكم الأولى من الخبرات الإنسانية هو الذى يشكل قواعد الفكر الإنسانى فى كافة المجالات، وبدونه لاتصل إلى الحقائق والقوانين التى تحكم مسار الإنسانية على قمة هذا الفكر الإنسانى . ومن هنا جاءت العلاقة بين المفاهيم العلمية والمنهجية المختلفة التى تعكس تصور الإنسان لمستويات بناء المعرفة والعلاقات بينها وبين الحقائق الثابتة .

المعرفة والعلم

تفسر عملية التنظيم العلاقة بين المعرفة *Knowledgment* والعلم *Science*. فالمعرفة هى تراكم الخبرات الإنسانية للعلاقات بين الأشياء والموجودات فى حياة الإنسان وهي تتحول إلى حقائق عندما يعيها من خلال الأساليب المختلفة، فالوعى

الحسى أو المادى يتم من خلال الملاحظة والمعايشة لحقائق الوجود الفعلى وعلاقاته . وقد يصل الانسان إلى هذه الحقائق من خلال البحث فيما وراء الموجودات *Meta* أو من خلال تجريب الاقتراب من هذه الحقائق ووصفها فى شكل وبناء معين نتيجة هذا التجريب .

وهذه الطرق الثلاث تمثل طرق بناء المعرفة، ويتم تصنيف أنواع المعرفة من خلال طرق الاقتراب منها واكتسابها وهى :

١- المعرفة الحسية : التى تتم نتيجة الملاحظة والمشاهدة والمعايشه مع الحقائق المختلفة .
٢- المعرفة الفلسفية التى تتم من خلال التأمل أو التحليل العقلى .
٣- المعرفة العلمية التى تتم من خلال التجريب والمنهج العلمى .

وإذا كانت الملاحظة والتأمل تمثل التجربة الذاتية فى تقرير الحقائق والظواهر التى كان يلاحظها الإنسان أو يتأملها . فإن هناك مصادر أخرى للمعرفة مثل :

- السلطة *Authority* حيث كان الانسان يعتقد فيما تراه السلطة التى تمثل فى مستوى من مستويات العلاقات مع الفرد والتى تعبر عن الثقاة فى مجال المعرفة التى يسعى إليها داخل العائلة أو القبيلة أو الوطن أو أصحاب الخبره فى مجال ما .
- ويتفق أسلوب الحدس *Intuitive* ورسوخ الاعتقاد *Tenacity* مع التأمل أو التحليل العقلى حيث يقترب الفرد من المعرفة على أساس تحليله العقلى لخصائص الأشياء ووجودها والعلاقات بينها. أو اعتقاده فى الوجود والخصائص المميزة لها.

وتبقى بعد ذلك المعرفة العلمية والمنهج العلمى فى تحصيل المعرفة بالحقائق وبناء العلاقات بينها . وبذلك فإن الفرد بعد أن يكتسب المعرفة بالحقائق بصورة أو أخرى، ينتقل إلى إدراك العلاقات والارتباطات بين هذه الحقائق وبعضها بما يفسر الحركة والتطور والتفاعل والنمو الذى يفرز فى النهاية حقائق متجددة فى إطار من التنظيم الذى يميز العلم بذاته .

والعلم *Science* هو التراكم المعرفى المنظم للعلاقات بين الحقائق والظواهر المختلفة . وبالتالى فإن أهم ما يميز العلم هو اتباع المنهج العلمى لتنظيم المعرفة، ومن هنا تأتى العلاقة بين المعرفة والعلم والمنهج العلمى .

وهناك أكثر من تعريف تشير فى مجموعها إلى إدراك العلاقات بين الأشياء والظواهر، وتجاوز معرفة الحقائق بذاتها إلى محاولة السيطرة والضبط لحركتها وعلاقاتها (محمد على محمد ٨٣: ١٣-١٤) فالعلم معرفة لاتتعلق بالأشياء أو الظواهر بذاتها، وإنما العلم أن تدرك ما يربط هذه الأشياء أو الظواهر من علاقات، وجوهر المعرفة العلمية هو معرفة القوانين أو المبادئ التى تحكم العلاقة بين الظواهر بعضها ببعض .

وهو بناء منظم من المعرفة يبدأ بالواقع وينتهى إلى تفسيره من خلال برنامج محدد يؤدي إلى الكشف عن الحقيقة. ووظيفة العلم هى إقامة القوانين العامة التى تحكم اكتشاف الأحداث أو القضايا التى يبحثها، وتساعدنا هذه الوظيفة فى الربط بين ما نكتشفه من أحداث،والتوصل إلى توقعات خاصة بهذه الأحداث لاتزال غير معروفة .

وهو إدراك المعانى والعلاقات غير المعروفة بعد تنظيم الوقائع فى نسق مجرد، أو مجموعة قوانين تلخص العلاقات بين هذه الوقائع .

وتتسم المعرفة العلمية بأنها واقعية ترتبط بالظواهر والخبرات الملموسة التى نعيشها وبناء علاقات يمكن ملاحظتها *Emprical* . وتقوم على إجراءات منتظمة، تسعى إلى حل المشكلات، وتصاغ فى إطار منطقى عام .

وتشير الخصائص العامة للمعرفة العلمية إلى مفهوم المنهج العلمى فى استقاء المعرفة وتنظيمها، حيث تعتمد على الملاحظة والتجريب والكشف عن الحقائق من خلال خطوات وإجراءات منتظمة .

واذا كانت المعرفة العلمية فى مجال الإعلام مازالت - نسبيًا - فى المرحلة المبكرة، حيث تتسم نتائج الملاحظة والتجريب فى جانب كبير منها بالتغير والتطور السريع، فإن جزءًا كبيراً منها قد انتظم فى تصميمات ونظريات لاتعتمد على الملاحظة والتجريب العلمى لباحثى الإعلام قدر اعتمادها على باحثى العلوم الإنسانية الأخرى مثل علوم اللغة، وعلم النفس اللغوى والمعرفى والاجتماعى وعلم الاجتماع.... وغيرها من العلوم الأخرى، واعتمدت على مناهجها فى بناء النظريات والتعميمات لاشتراكها مع الدراسات الإعلامية فى اعتمادها جميعًا على

مبادئ الاتصال الانسانى وأسسه العلمية بمستوياته المختلفة، مما يميل بالدراسات الإعلامية إلى خاصية الدراسات البينية *Interdisciplinary* التى تستفيد من علوم متعددة وتقوم على نظرياتها التى تتفق فى كثير من بناءاتها مع فكر الدراسات الإعلامية وأهدافها .

وهذا ما يفرض على باحثى الدراسات الإعلامية وخبرائها بذل الجهود العلمية لبناء نظريات مستقلة تكون أساساً لبناء علم أو علوم الإعلام أو الاتصال بالجماهير *Mass Communication Science* يتسم بالواقعية والمنطق ويقوم على الملاحظة والتجريب أساس البحث العلمى الذى يعتمد على المنهج العلمى وخطواته المنتظمة .

* البحث العلمى والدراسات الإعلامية

البحث هو نشاط علمى منظم ومحدد ، نقدى وتطبيقى، يسعى إلى كشف الحقائق ومعرفة الارتباط بينها ، ثم استخلاص المبادئ العامة أو القوانين التفسيرية. أو هو التحقق المنظم فى موضوع ما أو قضايا فرضية للكشف عن الحقائق أو النظريات وتطويرها . وهذا يعنى أن ندرس، وأن نحقق، وأن نختبر، وأن نفحص من أجل تحقيق أهداف البحث العلمى (*R.K.Tucker., et al., 81:4-5*) .

وهذا التعريف الذى يتفق عليه كثير من خبراء مناهج البحث العلمى يشير إلى أن هناك أهدافا للبحث العلمى بصفة عامة، مثل الكشف عن الحقائق، ومعرفة الارتباط بينها واستخلاص المبادئ العامة أو القوانين التفسيرية . اعتماداً على طرق معينة تتسم بالتحديد والتنظيم والموضوعية هى المناهج العلمية *Methods* .

ويمكن تلخيص أهداف البحث العلمى فى الآتى :

١- الكشف عن الحقائق وخصائصها .

٢- الكشف عن العلاقات الارتباطية لهذه الحقائق وعناصرها ، وغيرها من الحقائق، وتطورها .

٣- السيطرة على حركة الحقائق التى تم اكتشافها ومعرفة خصائصها وعلاقاتها .

٤- إمكانية التوقع بحركة هذه الحقائق أو مثيلاتها فى إطار العلاقات المتجددة والمتغيرة .

وفي هذا الإطار يمكن تعريف الدراسة الإعلامية أو البحث في مجال الإعلام بأنه «النشاط العلمي المنظم للكشف عن الظاهرات الإعلامية والحقائق المتصلة بالعملية الإعلامية، وأطرافها، والعلاقات بينها، وأهدافها، والسياقات الإجتماعية التي تتفاعل معها من أجل تحقيق هذه الأهداف، ووصف هذه الحقائق وتفسيرها، والتوقع باتجاهات الحركة فيها .

وتهدف الدراسات الإعلامية إلى مايلي :

- صياغة المعرفة العلمية الخاصة بالحقائق الإعلامية وعلاقاتها، والتطوير المستمر لهذه المعرفة من خلال نتائج الدراسات المستمرة في المجالات المتخصصة أو المجالات الأخرى ذات العلاقة، وكذلك نتائج الممارسة المهنية والتطبيقية .
- وصف حركة الظاهرة الإعلامية وعلاقاتها واتجاهاتها والعوامل المحركة والدافعة لعناصرها، وعلاقات هذه العناصر ببعضها وتأثيراتها المتبادلة، في إطار السياق الاجتماعي العام .
- ضبط حركة الظاهرة الإعلامية والسيطرة عليها وتوجيهها وضبط علاقاتها وتأثيراتها .
- التوقع بحركة الظاهرة الإعلامية والحقائق المتصلة بها، وصياغة التفسيرات الأولية لاتجاهات الظاهرة الإعلامية وعلاقاتها في وجود العلاقات والتأثيرات والعوامل الدافعة أو المحركة لها .

وهذه الظاهرة الإعلامية والحقائق المتصلة بها والتي تشكل القضايا التي يهدف البحث العلمي إلى دراستها . هذه الظاهرة تتسم بالآتي :

- أنها ذات طبيعة ديناميكية تتسم بالتغير والتدفق المستمر، لارتباطها بالعملية الإعلامية ذاتها التي تتسم بهذه السمات .
- أنها ذات طبيعة اجتماعية حيث لاتعمل بمعزل عن حركة السياقات والنظم الاجتماعية الأخرى، وتتأثر بها .
- تتسم العلاقة بين عناصرها أو بينها وبين الظاهرات الاجتماعية الأخرى بالتأثير المتبادل، بحيث يحتاج ضبط العلاقة بين هذه العناصر أو بين الظاهرات إلى جهد بحثي كبير لمعرفة اتجاهات التأثير أو التفرقة بين الأسباب والنتائج، وعلى سبيل

المثال لتحديد اتجاه الأثر بين خصائص الذوق العام لجمهور المتلقين وخصائص المنتج الإعلامي يحتاج إلى جهد بحثي كبير لمعرفة السبب والنتيجة بين هذين العنصرين وهكذا .

- ويرتبط بالسمة السابقة صعوبة التحكم فى عناصر الظاهرة الاجتماعية والسلوكية وذلك لتأثير خصائص العملية الإعلامية أو الاتصال بالجماهير ذاتها التى تتسم بضخامة حجم المتلقين وانتشارهم وتشتتهم وعدم تجانسهم، بالإضافة إلى التغير المستمر فى اتجاهات التعرض...... وغيرها من الأبعاد التى يصعب السيطرة عليها والتحكم فيها .
- صعوبة عزل تفسير الظاهرة الإعلامية عن مقدمات هذا التفسير، وبصفة خاصة تأثير ذاتية الباحث فى التفسير واتجاهاته . مما يشير إلى تعدد التفسيرات الخاصة بالظاهرة الإعلامية الواحدة بتعدد الباحثين واتجاهاتهم، حيث يصعب الضبط الكمى الدقيق فى دراسة هذه الظاهرة .

ولذلك فإنه يمكن وصف الظاهرة الإعلامية بأنها شديدة التعقيد والتركيب، وتحتاج دراستها إلى جهد بحثى كبير وتكامل بين أنواع الدراسات والتصميمات المنهجية المختلفة التى تسهم فى مجموعها فى وصف الظاهرة وتفسيرها .

أنــواع الدراســات والمناهــج العلميــة

هناك العديد من الاتجاهات فى تصنيف الدراسات العلمية إلى أنواع طبقًا لمعايير متعددة، مثل التصنيف على أساس ميدان العمل إلى دراسات مكتبية وميدانية ومعملية، وعلى أساس أسلوب البحث إلى دراسات كمية وأخرى كيفية، أو ربط نوع الدراسة بالمنهج المستخدم إلى دراسات وصفية وأخرى تجريبية، أو على أساس المجال العلمى إلى دراسات طبيعية وأخرى اجتماعية وإنسانية.... وغيرها من التصنيفات التى يمكن أن تتعدد بتعدد المعايير التى يقوم على أساسها التصنيف . إلا أنه فى جميع الأحوال ليست هناك حدود فاصلة بين هذه التصنيفات وبعضها، لأنه يمكن أن يتم تصنيف الدراسة الواحدة فى إطار هذه المعايير كلها مثل الدراسة فى العلوم الاجتماعية التى تتم من خلال العمل الميدانى باتباع الأسلوب الكمى معتمدة على المناهج الوصفية.... وهكذا . ولذلك لايوجد التصنيف الجامع المانع الذى يعتمد على معيار واحد للتصنيف .

وفى مجال الدراسات الإعلامية هناك أيضًا تصنيفات متعددة لهذه الدراسات منها مايتم على أساس عناصر العملية الإعلامية، ومنها ما يتم على أساس الاتجاه نحو العملية الإعلامية وتأثيراتها، أو على أساس الأهداف (شأنها شأن بحوث التسويق والإدارة) ومنها ما يتم على أساس الوسائل الإعلامية. وهذه كلها ومثيلاتها يمكن تصنيفها أيضًا طبقًا لأحد المعايير السابق ذكرها .

وهناك تقسيم أكثر شمولاً يتم على مستويين : المستوى الأول هو مستوى الوسائل والأهداف فتنقسم إلى بحوث الاتصال المطبوع أو الطباعى ثم بحوث الاتصال الإلكترونى، وبحوث الاتصال الإقناعى، ثم بحوث الرأى العام، وبحوث سياسات الاتصال وأخيرا بحوث الجوانب النظرية والمنهجية للاتصال الجماهيرى.وهذا المستوى يمثل الدوائر الأوسع لتصنيفات فرعية على أساس عناصر العملية الإعلامية أو مجالات العمل أو الأهداف الفرعية....... إلى آخره (محمود علم الدين : ٩٠) .

وهذه التصنيفات العامة أو المتخصصة فى مجال الدراسات الإعلامية لاتقدم حدوداً فاصلة للتصنيف أو علامات مميزة تنتهى إلى فئات محدده المعالم أيضًا، لأن نتائج التصنيفات تتسم بعدم الكفاية، والتداخل ولاتشير إلى متطلبات معينة من الإجراءات المنهجية المميزة أو مناهج وأدوات محددة . ولكنها تشير أكثر إلى المداخل النظرية للبحث والدراسة والإطار المرجعى للدراسة ولذلك فإنه يمكن تصنيفها - وخصوصًا تصنيف الدراسات الإعلامية - باعتبارها مداخل للبحث وليست أنواعًا مستقلة للدراسات العلمية أو الإعلامية .

ولذلك فإننا نميل إلى تقسيم الدراسات العلمية ومنها الدراسات الإعلامية على أساس أهداف البحث العلمى ذاتها والتى يمكن تكييفها بناء على المجال العلمى للدراسة أو مجال التخصص العلمى وهى :

١- الدراسات الصياغية أو الكشفية أو الاستطلاعية .

٢- الدراسات الوصفية .

٣- الدراسة التجريبية أو دراسات اختبار العلاقات السببيه .

فهذا التصنيف يشير إلى الأهداف النهائية للبحث العلمى ابتداءً من صياغة المعرفة العلمية مروراً بوصف الظاهرات البحثية وحركتها وعلاقاتها إلى الضبط

التجريبى لحركة الظاهرات وعلاقاتها ثم التبنؤ بعد ذلك .

بالإضافة إلى إشارتها إلى المتطلبات المنهجية المميزه لكل منها والتى تختلف عن الأخرى وبصفة خاصة إطار تصنيف مناهج البحث والتصميمات المنهجية تبعًا لهذا التصنيف الذى يتفق بداية مع الأهداف، وهذا يحقق الاتساق فى مسار العمل المنهجى وتحديد متطلباته وأدواته .

وإذا كانت الدراسات الإعلامية قد تجاوزت الدراسات الاستطلاعية أو الكشفية أو الصياغية *Exploratory, Discovery, Formulative* نظراً لوفرة القاعدة المعرفية للمعلومات بفضل التطور السريع فى تكنولوجيا الإتصال والمعلومات وانتشار سلوك التعامل مع وسائل الإعلام فى كل النظم وكل المستويات فإن هدف الصياغة المعرفية أو الكشف عن الحقائق المتجددة أصبح محدوداً بحدود تخلف النظم أو تخلف البحث العلمى فى مجال الإعلام بالذات، وتراجع الدراسات الاستطلاعية أو الصياغية من إطار الأهداف المستقلة إلى إطار الأهداف المساعدة مع الدراسات الأخرى لتحديد المشكلات أو صياغة الفروض العلمية، حيث تعتمد هذه الخطوات المنهجية فى قدر كبير منها على الدراسات الاستطلاعية فى الاقتراب من مصادر المعرفة والخبرة التى تسهم فى تحديد المشكلات العلمية أو صياغة الفروض التى تهدف البحوث العلمية إلى اختبارها .

إذا كانت الدراسات الإعلامية قد تجاوزت الدراسات الاستطلاعية أو الكشفية أو الصياغية فإن تحقيق أهداف الضبط المحكم للظاهرات العلمية والتوقع يظل محدودا ويتسم بندرة البحوث التى تتناول هذه المجالات، وهى الدراسات التجريبية أو دراسات اختبار العلاقات السببية *Experimintal., Testing Causual Relationship* نظراً لصعوبة الضبط والتجريب المعملى نتيجة لتعقد الظاهرة الإعلامية وتركيبها وتعدد ارتباطاتها بالإضافة إلى خصائص عناصرها، وبصفة خاصة جمهور المتلقين الذى يتسم بالضخامة والتشتت والانتشار وعدم التجانس، وصعوبة تطبيق آليات التجريب على الأفراد فى الظروف المعملية لأن الإنسان حر متغير بطبيعته، يصعب التجريب المباشر للتأثير على سلوكه وعزل التأثيرات الاجتماعية الأخرى .

وبذلك تتصدر الدراسات الوصفية *Descreptive Studies* أو التشخيصية

النوعين الآخرين من الدراسات العلمية فى الدراسات الإعلامية، لأن *Normative* الدراسات الوصفية تتفق فى أهدافها وخصائص المناهج المستخدمة مع طبيعة الدراسات الإعلامية وأهدافها .

فالدراسات الوصفية تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة.

وفى الدراسات الإعلامية تستخدم الدراسات الوصفية لأغراض الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات، ووصف الاتجاهات، والدوافع والحاجات واستخدامات وسائل الإعلام، والتفضيل والاهتمام، وكذلك وصف النظم والمؤسسات الإعلامية، والوقائع والأحداث، ثم وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر وبعضها فى إطار علاقات فرضية يمكن اختبارها (*R..K. Tucker, et. al 81:90-91*) .

وتتسم هذه الدراسات بالآتى :

- إن هذه الدراسات تستهدف وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقاتها فى وضعها الراهن .
- إن هدف الوصف لايقف عند حدود الوصف المجرد للظاهرة وحركتها وعناصرها، ولكن يمتد ليشمل وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلى نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها . للوقوف على الأسباب والمقدمات فى علاقاتها بالنتائج وهذا هو جوهر عملية التشخيص *Normative* الذى يشير بالتالى إلى أنسب الحلول للمشكلات الخاصة بالظاهرة نفسها أو علاقاتها .
- إن هذه الدراسات وإن كانت تهتم فى معظم إجراءاتها المنهجية بعملية جمع البيانات وتسجيلها، إلا أن ذلك لايمثل الهدف الأساسى حيث يجب أن تكتمل الدراسات الوصفية بأهداف التحليل والتفسير المقارن .
- لاتعتمد هذه الدراسات على الأساليب الكمية *Quantitative* فقط ولكنها تعتمد أيضًا على الأساليب الكيفية *Qualitative* ، وإن كانت الصدارة دائما للأساليب الكمية والتحليل الاحصائى فى تفسير البيانات .

ونظراً لحدود استخدام الدراسات التجريبية كما سبق أن أوضحنا، فإن الدراسات الوصفية تقترب بعدد من التصميمات المنهجية من هدف الضبط

المنهجي، وإن كانت تفتقد للضبط المحكم فى كل عناصر التجريب. وذلك فى التصميمات المنهجية التى تهدف إلى التحليل والاستدلال والوصف المقارن .

كما أن هناك بعض الدراسات التى تقترب من الدراسات التجريبية أو الدراسات الخاصة باختبار العلاقات السببية . ولاتقوم على الضبط الكامل لعناصر التصميم المنهجى ، ولذلك فإنه يطلق عليها **الدراسات شبه التجريبية** *Quasi Experimental* أو **التجريب الميداني** *Feild Experimental* وتحقق أهداف الضبط فى بعض العناصر وفى حدود ما تسمح به طبيعة الدراسات الإعلامية وخصائصها .

وبالإضافة إلى الدراسات الوصفية والتجريبية فإن هناك تصنيفاً آخر للدراسات يقوم على أساس بعد الزمن . فبينما تهتم الدراسات الوصفية بالواقع الراهن أو وصف الأشخاص والوقائع والأحداث والنظم والمؤسسات.... فى حالتها الراهنة، فإن **الدراسات التاريخية** *Historical Studies* تقوم على استعادة الوقائع والأحداث التى حدثت فى الماضى . وعلى الجانب الآخر الدراسات المستقبلية *Futur Studies* التى تحاول أن ترسم التوقعات أو التنبؤ بما يمكن أن يحدث فى المستقبل بمستوياته الزمنية المختلفة .

وهذه الدراسات مهما اختلفت فيجب أن يتم البحث فيها فى إطار خطوات وإجراءات منتظمة ومحددة تمثل خطوات البحث العلمى أو دراسة المشكلة العلمية كالآتى :

- اختيار مشكلة البحث وتحديدها .
- صياغة الفروض أو طرح التساؤلات العلمية .
- تحديد مجتمع البحث أو أسلوب دراسته .
- تحديد نوع الدراسة .
- تحديد المنهج أو المناهج العلمية، أو التصميمات المنهجية المناسبة .
- بناء المقاييس أو أدوات جمع البيانات .
- جمع البيانات وتسجيلها .
- تصنيف البيانات وتحليلها .
- استخلاص النتائج وتفسيرها .

ويرتبط بنوع الدراسة المناهج أو التصميمات المنهجية المناسبة التى تتفق مع نوع الدراسة وأهدافها .

والمنهج *Method*: هو طائفة من القواعد العامة للوصول إلى الحقيقة فى العلوم، أو هو الطريق المؤدى إلى الكشف عن الحقيقة فى العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة (عبد الرحمن بدوى ٧٧:٥) وهو أداة اختبار الفروض ويقع عليه عبء تطويرها وتحقيقها (*D. & Ch.Nachmais 81: 15*) .

وإذا كان المنهج يمثل مجموعة القواعد والإجراءات التى يجب أن يتبعها الباحث للوصول إلى النتائج المستهدفة، فإنه يمثل أيضًا أداة الباحث فى السيطرة على البحث بصفة عامة وضبط إجراءاته طبقًا للإجراءات والقواعد المعيارية المميزة لكل منهج . وكذلك يشير - من الناحية التطبيقية - إلى طريقة تعامل الباحث مع القاعدة المعرفية، أو قاعدة البيانات المتاحة لتحقيق أهداف الدراسة . بدءًا من جمع البيانات وتصنيفها وتبويبها، ثم تحليلها فى إطار العلاقات الفرضية أو تساؤلات البحث، إلى صياغة النتائج - التى تعتبر هدف البحث - أو الحقائق التى يسعى الباحث إليها، لتقوم بدورها فى التفسير أو التعميم أو الضبط والتنبؤ العلمى .

ولايعنى اعتماد كل المناهج على أساليب للتعامل مع قاعدة البيانات من أجل جمعها وتسجيلها وتحليلها أن كل المناهج متشابهة . ولكن هناك الخطوات المميزة لكل منهج وتميزه عن الآخر، وتعكس المسمى والتعريف .

وفى إطار بناء المنهج العلمى الذى يستخدم مع كل نوع من أنواع الدراسات، يمكن استخدام العديد من التصميمات المنهجية التى تتفق مع التطبيقات البحثية المتعددة، وتتفق أيضًا مع الأهداف الفرعية لكل من الأهداف العامة . وعلى سبيل المثال نجد أن المسح يعتبر أحد المناهج المستخدمة فى الدراسات الوصفية، ولكن يمكن استخدام تصميمات متعددة مع هدف الوصف المجرد، وغيرها مع هدف الاستدلال ووصف العلاقات السببية كما سيأتى شرحه بعد فى الباب الثالث .

ويعبر **التصميم المنهجى** عن مهارة الباحث فى تعديل أو تغيير الخطوات المنهجية المميزة لتتفق مع النماذج المتعددة لمجتمع البحث أو الأهداف الفرعية للبحوث العلمية، أو رغبة الباحث فى تأكيد صدق الإجراءات وثباتها وكذلك صدق

النتائج والتفسير والاستدلال وبالتالى يعتبر التصميم المنهجى أسلوبًا فرعيًا للبحث Technique يمكن أن يختلف من بحث لآخر فى إطار المنهج العام .

وعلى سبيل المثال يعتبر التحليل الكمى أسلوبًا للبحث فى مقابل أسلوب التحليل الكيفى كأساليب لتحليل محتوى الإعلام. ويعتبر المسح العرضى -One Shot Survey أسلوبًا للمسح فى مقابل المسوح المتكررة Multiple Time Survey طبقًا لاختلاف الهدف فى كل منها مع الاتفاق فى الخطوات العامة والاختلاف فى عدد مرات المسح فى كل منهما .

وبصفة عامة فإن المنهج العلمى يجب أن يتوفر فيه الصلاحية لاختبار الفروض العلمية والإجابة على التساؤلات المطروحة، وكذلك الصلاحية للتفسير واصدار التعميمات، بالإضافة إلى إمكانية التعرف عليه من خلال خطوات تميزه عن غيره من المناهج .

وهناك العديد من المناهج العلمية التى يتم استخدامها مع أنواع الدراسات العلمية، وقد يختلف الخبراء فى تصميمها، ولكن هناك اتفاقا على تصنيف المناهج العلمية فى إطار الدراسات العلمية كالآتى :

- الدراسات الاستطلاعية أو الصياغية أو الكشفية . وتعتمد على مسح التراث العلمى، وسؤال ذوى الخبرة، وتحليل الحالات والأمثلة التى يمكن الاستدلال من خلالها عن نتائج تثرى الدراسة .
- الدراسات الوصفية وتعتمد على مناهج المسح بتصميماته المتعددة، ودراسة الحالة، وتحليل النظم، وتحليل المحتوى، والسببية المقارنة، والدراسات الارتباطية، والتطورية
- الدراسات التجريبية وتعتمد على المنهج التجريبى .
- الدراسات التاريخية وتعتمد على المنهج التاريخى .

وهذه المناهج يكاد يكون قد استقر التصنيف عليها بالإضافة إلى الأساليب المتجددة فى البحث والدراسة مثل الدراسات النقدية فى إطار الدراسات الوصفية، وكذلك أساليب الاستقصاء المتعدد والمقابلات المركزة والسيناريوهات فى الدراسات المستقبلية .

وللمناهج العلمية أدوات للقياس أو جمع البيانات *Tool & Measures* يمكن استخدامها مع كل المناهج، وهي الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في قياس المتغيرات أو جمع البيانات عنها بشكل منهجي يتوفر فيه الاتساق والثبات، وصدق القياس والصلاحية للاستخدام من أجل الهدف الذي أعدت له . ويختار منها الباحث أو يقوم بتصميمها طبقًا لأهداف البحث وخصائص القاعدة المعرفية التي يستقي منها البيانات أو المتغيرات التي يهدف إلى قياسها .

وليس هناك تصنيف معين لهذه الأدوات ولكنها تتمثل في الآتي :

- الاستقصاء *Questionnaire* .
- المقابلة *Interview* .
- الملاحظة *Observation* .
- المقاييس مثل: مقاييس الاتجاهات والخصائص والصفات والأساليب الإسقاطية والمقاييس السوسيومترية ومنها أمثلة كثيرة يمكن الاسترشاد بها أو يقوم بتصميمها الباحث بما يحقق أهداف البحث وحاجاته .

وليس هناك معيار للاختيار من بين هذه الأساليب والأدوات، ولكن الباحث هو الذي يتخذ قراره باختيار أي منها أو يجمع بين أكثر من أسلوب وأداة .

النظرية والتعميم والفرض العلمي

هناك علاقة بنائية بين هذه المفاهيم الثلاثة، فهي تعبر عن متطلبات سابقة لبعضها، أو نهايات أيضًا لها تبدأ بالفرض العلمي وتنتهي ببناء النظريات .

وترتيب العلاقة البنائية تكون كالآتي :

- فرض علمي يتم اختباره .
- عند ثبوت صحة الفرض العلمي يمكن اعتباره تعميمًا نهائيًا .
- استقرار التعميمات بعد تجريبها ينتقل بها إلى مفهوم النظرية .

ولذلك إذا كان تعريف الفرض العلمي *Hypothesis* بأنه تعميم مبدئي تظل صلاحيته محل اختبار أو أنه حدس مؤقت لم يثبت بعد. أو أنه علاقة أولية بين متغيرين لم تثبت صحتها بعد. فإنه عند ثبوت صحة هذا الفرض من خلال الملاحظة العلمية والتجريب بصوره المختلفة، وعدم وجود فروض أخرى تنقضه أو تتعارض

معه، فإن الفرض يتحول بعد ذلك إلى تعميم نهائى *Generalization* بين هذه المتغيرات، ويأخذ هذا التعميم شكل القانون الذى يحكم العلاقة بين هذه المتغيرات وحركتها . مما لايحتاج إلى تجريبه مرة أخرى، ولكن يمكن تطبيقه مباشرة بعد ذلك على الحالات المماثلة، وبذلك تصبح العلاقة فى شكلها الأخير عامة ومجردة لاترتبط بحالة بذاتها .

ومن هنا يمكن تعريف كل من الفرض والتعميم فى علاقتهما ببعض. فالفرض العلمى تعميم مبدئى لم تثبت صحته . والتعميم هو فرض ثبتت صحته .

فالعلاقة بين كثافة المشاهدة واكتساب المعانى والأفكار والصور الرمزية حول العالم الذى تقدمه وسائل الإعلام بعيدا عن العالم الحقيقى، هو تعميم تم صياغته بدقة - فى إطار نظرية الغرس الثقافى - بعد اختباره فى بحوث ودراسات متعددة اثبتت صحة العلاقة الفرضية بين كثافة المشاهدة واكتساب المعانى الرمزية للعالم المحيط بنا .

ولم يعد للبحث العلمى حاجة لإعادة إثبات هذا التعميم باعتباره فرضًا علميًا مرة أخرى . مادامت قد توفرت نفس الظروف المحيطة بتجريب الفرض فى المرات السابقة وثبوته .

أما النظرية *Theory* فهى تحديد نهائى للعلاقة بين الحقائق والمتغيرات، يقدم تفسيراً للظاهرة ويتوقع اتجاهات الحركة فيها .

والنظرية بذلك التعريف تمثل إطاراً فكريًا لعدد من التعميمات ذات العلاقة ببعضها، ويقدم هذا الإطار تفسيراً للظواهر العلمية والتنبؤ بها .

وبذلك إذا كانت النظرية تمثل مستوى أعلى للتحديد النهائى للعلاقات بين المتغيرات قائمًا على التفسير العلمى. فإنها من ناحية أخرى تمثل وعاءً فكريًا لفروض أخرى يتم اشتقاقها من خلال هذه النظريات. بل إنها تعتبر بعد ذلك إطاراً تفسيريًا للعلاقات يمكن استخدامها فى مجالات علمية أخرى. فالنظريات الخاصة بعلم النفس المعرفى يتم استخدامها بتوسع فى مجالات الاتصال الجماهيرى والإعلام.

فنظرية التعامل الرمزى والبناء الإجتماعى للحقيقة يمكن اشتقاق العديد من الحقائق التى تخدم مجالات علمية أخرى، مثل توظيفها فى بناء التعميمات الخاصة بتأثيرات وسائل الإعلام، وكذلك يمكن توظيفها فى بناء التعميمات الخاصة بتمويل

وسائل الإعلام وعلاقاتها الاقتصادية، بالإضافة إلى إمكانية توظيفها فى العلاقات الدولية .

وتظهر أهمية النظرية فى أنها توجه الباحث إلى التساؤلات الصحيحة التى يطرحها، وتقع خلف قدرته على اختيار الظاهرة محل الدراسة . وبدون النظرية تظل العلاقات مجرد رؤى أو حقائق تم تجميعها، ولكنها توحد الحقائق فى إطار واحد يفسر ويساعد على التنبؤ (*Ph.Emmeret & W.D.Brook 81:3*) .

ولايعنى ارتفاع مستوى النظرية هو ثباتها وعدم تغيرها . بل إنها تكون قابلة للتغير متى تغيرت المجالات والظروف التى تم تأكيدها خلالها . ولذلك فإنها يجب أن تتغير بتغير المعرفة والعلوم التى تم صياغة النظرية فى إطارها . لأن النظرية هى جزء من كل يمثل إطار المعرفة المنظمة أو إطار العلوم فى تخصصاتها المختلفة .

وتقدم النظريات فى تفسيرها للحقائق والعلاقات العديد من المفاهيم والمتغيرات المتجددة التى يتم اختبار علاقاتها بعد ذلك فى فروض جديدة.... وهكذا . ويعبر ذلك عن عملية التغير والتجديد فى المعرفة العلمية .

المفاهيم والمتغيرات

تكتسب الحقائق والأشياء قيمتها من المعانى والصور المشتركة التى يرسمها الأفراد لها، ويتفقون عليها فى البيئة الواحدة . وهذه المعانى والصور تصاغ فى شكل رموز ذات دلالة، بحيث تستدعى هذه الرموز بمجرد ذكرها المعانى والصور التى تعبر عنها .

ونظراً لاختلاف هذه الرموز ودلالاتها باختلاف العلوم،حيث أصبح لكل علم أو مجال علمى رموزه المتميزة.فإنه يتم التعبير عن الرمز ودلالته أو معناه فى المجال العلمى الواحد بالمفهوم *Concept* ولهذا يقال دائما إن لكل علم مفاهيمه الخاصة.وهى مجموعة الرموز ذات المعانى والتصورات المشتركة فى مجالات هذا العلم وتطبيقاته.

ومن خلال هذه المفاهيم يتم تناول المعلومات والأفكار والآراء، حيث تعتبر المفاهيم أداة الاتصال فى البيئة العلمية الواحدة .

وهذه المفاهيم هى بناءات لغوية، وتركيبات لفظية، تسهم فى بناء التركيبات الأكبر مثل الفروض أو التعميمات والنظريات العلمية، التي تشرح أو تفسر الظواهر العلمية .

ومتى استقرت هذه المفاهيم فى البيئة العلمية الواحدة، فإن الرمز والمعنى يتلازمان كلما تم استدعاء المفهوم خلال عمليات ملاحظة الحقائق والأشياء ذات العلاقة بهذه المفاهيم .

فعندما نقول أن الأطفال فى المرحلة المبكرة يتميزون بكثافة المشاهدة، فإن استخدام مفهوم كثافة المشاهدة فى بحوث التعرض إلى التليفزيون يشير إلى الجلوس أمام التليفزيون لفترات طويلة مقارنة بالكثافة المتوسطة أو المحدودة .

واستدعاء المعنى فى هذه الحالة لايحتاج من الخبراء إعادة ملاحظة ظاهرة الجلوس أمام التليفزيون لفترات متباينة باعتبارها ظاهرة إعلامية، ولايحتاجون إلى دراسة العلاقة بينها وبين الكسب الدراسى باعتبارها ظاهرة أخرى . لأن المفهوم بعد تكرار ملاحظة الظواهر يتم تجريده أو عزله عن الظواهر فتصبح كما يقال بناءً لفظياً مجرداً *Abstract* أى يمكن استخدامه فى الظاهرة التى تم اشتقاقه منها والاتفاق عليه، وفى غيرها من الظواهر فى المجال العلمى الواحد، أو المجالات العلمية المتعددة ذات العلاقة .

وكما يمكن وصف الظواهر المتعددة من خلال مفاهيم موحدة . مثل مفاهيم الانتباه، والإدراك والتذكر التى يمكن أن تستخدم فى وصف ظاهرات معرفية أخرى بجانب الظاهرات الإعلامية، فإنه يمكن أيضًا وصف ظاهرة واحدة من خلال مفاهيم متعددة مثل مفهوم التعرض ومستوياته، ومفاهيم القراءة والاستماع والمشاهدة بمستوياتها، وهى تشير إلى استخدام وسائل الإعلام بمستويات متعددة أيضًا .

ويعتبر غموض المفاهيم أو عدم الاتفاق على تعريفات محددة لها، من أبرز المشكلات التى تؤثر أيضًا فى أساليب دراسة الظاهرات العلمية ومعالجتها وتطوير البحث العلمى فى المجالات العلمية المختلفة .

ولذلك يعتبر التعريف *Definition* أمراً ضرورياً وملازمًا للمفهوم، حيث يتم من خلاله الاتفاق على المحددات الخاصة بكل مفهوم . لتأكيد الاتفاق حول التعميمات والتفسيرات العلمية التى تقوم على بناء المفاهيم .

وتعريف الشئ هو تحديد خواصه التى تميزه عن غيره من الأشياء . ولذلك فإنه يمكن تعريف الشئ الذي يعبر عنه بكلمة من خلال عبارة تتضمن هذا الشئ، ومحدداته الخاصة . فتعريف الاتصال باعتباره كلمة، يحتاج إلى عبارة أو عبارات لتعريفها .... وهكذا . وقد يصلح هذا التعريف للتحديد الدقيق والقياس وقد لايصلح. ولذلك **يقسم الخبراء التعريف إلى نوعين رئيسيين :**

١ - التعريف الاصطلاحي *Constitutive* **أو المفهومي** *Conceptual* **أو الوصفي** *Descriptive* ويعبر عنه بالبناء الفكري للمفهوم، أى تعريف المفهوم من خلال بناءات لفظية تشير إلى المعنى كما يراه الشارح أو المفكر أو البناء النظرى للمفاهيم .

ويتعرض هذا النوع إلى نقد شديد فى الاستخدام نظراً لندرة الاتفاق على الرؤى الخاصة بالمفكرين أو الباحثين للمفاهيم أو المصطلحات، أو الاتفاق على حدود البناءات اللفظية التى تحدد المعنى وتشرح الصورة . خصوصاً إذا ماتم تعريف المفهوم من خلال مفاهيم أخرى تحتاج إلى تعريف.... وهكذا .

مثل تعريف يسر القراءة *Readability* على سبيل المثال من وجهة نظر القارئ على أنها سهولة إدراك المعانى الخاصة بالرموز التى يقرأها . ومن وجهة نظر الكاتب على أنها عدة عمليات تنتهى بتيسير القراءة بالنسبة للقارئ بدءاً من اختيار الرمز حتى التركيب والإعراب ومجالات النحو والصرف، وكذلك من وجهة نظر الناشر أو الطابع على أنها عدة عمليات أيضًا ترتبط بالأساليب الخاصة بوضع النص على الصفحة البيضاء ليكون مقروءاً بسهولة ويسر..... وهكذا .

ونتيجة للاختلاف فى الرؤى الفكرية والبناءات اللفظية لهذا النوع من التعريفات، فإنه لايصلح عادة لاستخدامه فى البحث العلمى عندما تكون هناك حاجة للتجريب والقياس ويحتاج الباحث إلى نوع آخر من التعريف يحدد له مايمكن إخضاعه للتجريب، ويمكن قياسه فى المفهوم الذى يتعامل معه .

٢ - التعريف الإجرائى ويقصد به التعريف الذى يحدد المفهوم من خلال سلسلة من الإجراءات أو التعليمات أو العمليات التى تشرح وجود المفهوم وخواصه التى يمكن الكشف عنها من خلال القياس أو المعايرة . وبصفة خاصة عندما يتعامل الباحث مع هذا المفهوم خلال البحوث التجريبية أو التطبيقية، أو خلال ملاحظته لحركة هذا المفهوم وعلاقاته واتجاهاته .

مثل مفهوم تأثير التليفزيون، فيمكن تعريفه من خلال ما يحدثه التليفزيون من آثار إيجابية أو سلبية بالنسبة للمشاهد فى مجالات متعددة يمكن الكشف عنها مثل المجالات المعرفية أو السلوكية أو الوجدانية . وبذلك فإنه يمكن الكشف عن اتجاه هذه الآثار وقياسها من خلال مقاييس الكسب المعرفى أو التغيير فى السلوك، أو القيم أو العقائد .... على سبيل المثال .

والتعريفات الإجرائية هى همزة الوصل أو حلقة الاتصال بين النظرية والتطبيق وتسهم فى الإجابة على التساؤلات الخاصة بماهية الإجراءات، والمقاييس، وطرق القياس وإجراء المقارنات وتنقسم إلى نوعين فرعيين هما:

(*L.Donohew & Ph.Palmgreen In:G.H. Stempl,III & B.H. Westley, 81: 35*)

- **التعريف الإجرائى القابل للقياس** *Measured* . وهو الذى يصف كيفية تحويل المفهوم إلى قيم كمية يمكن قياسها . فقراءة الصحف يمكن تعريفها من خلال عدد الأفراد الذين يقرأون الصحف بصفة منتظمة فى المجتمع، وسلوك المشاهدة يمكن تعريفه من خلال الإقبال أو العزوف عن المشاهدة، وتكرار المشاهدة، والوقت الذى يقضيه الفرد فى المشاهدة يوميًا . وهذه كلها تعريفات يمكن قياسها بعد تحويلها إلى قيم كمية .
- **التعريف الإجرائى التجريبى** *Experimental* ، وهو الذى لايكتفى بكيفية القياس ولكنه يحدد أيضًا طريقة التعامل خلال التجريب . وعندما نهتم بغرس المعانى، أو تشكيل المعتقدات، أو تغيير الاتجاهات . فإن هذه المفاهيم تشير إلى كيفية الكشف عن الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام فى هذه المجالات من خلال التعامل بالتصميمات التجريبية المختلفة مثل الجماعة الضابطة والتجريبية، أو التجريبية قبل وبعد التعرض ..... إلى آخره .

وهذه الإجراءات تحتاج إلى تعريف المفهوم تعريفًا دقيقًا بحيث يمكن توظيفه أثناء التجريب بمستوى عال من الثقة والصدق . فماهى المعانى المستهدفة، وكيف يمكن اكتسابها، وماهى مظاهر وجودها أو غيابها، وماهى طرق قياسها .... وهكذا بالنسبة للمفاهيم الأخرى . لأن هذا التحديد يسهم فى توجيه الباحث إلى أساليب التجريب والقياس والتأكد من صحة المقاييس وصدق النتائج التجريبية .

والتعريف الإجرائى بأنواعه التى صنفها كيرلنجر (*F.N.Kerlinger 73:31*) كما

أوضحها دونهو وبالمجرين . هى التى تقود إلى وصف المفهوم بالمتغير، ويصبح المتغير *Variable* هو المفهوم فى حالته التطبيقية،وعندما يكون معداً للوصف والقياس .

وبذلك يكون تعريف المتغير بأنه المفهوم .

١- فى حالته المتغيرة أو الديناميكية، التى يعكسها بناء العلاقات مع غيره من المتغيرات .
٢- فى حالته الكمية حيث يمكن التعبير عنه كميًا . وبالتالى يمكن عده أو قياسه .
٣- تغير فى حالته الكمية، نتيجة للتغير فى بناء علاقاته . فيصبح له أكثر من قيمة، قيمتين فأكثر .
٤- يستخدم فى الحالة التجريبية أو التطبيقية أى بناء العلاقات واختبارها .

وبذلك يكون تعريف المتغير هو أى مفهوم تطبيقى له أكثر من قيمة واحدة، قيمتين فأكثر .

وتبعًا لهذا التعريف تتعدد أنواع المتغيرات التى تستخدم فى بناء العلاقات الفرضية وصياغة التعميمات والنظريات العلمية .

أنـــواع المـتـغـيـرات:

تنقسم المتغيرات إلى أنواع متعددة، تبعًا لخصائصها، أو استخداماتها، أو موقعها من العلاقات الفرضية أو النهائية فى المعرفة العلمية .

المتغير الكمى والمتغير الوصفى أو الفئوى :

والمتغير الكمى *Quantitative Variable* هو المتغير الذى يتم التعبير عن التغير فى حالته من خلال القيم الكمية . مثل التعبير عن كثافة المشاهدة بعدد الساعات التى يقضيها الفرد أمام التليفزيون، أو التعبير عن توزيع الصحف بعدد النسخ التى توزع يوميًا أو منطقة معينة، أو التعبير عن الاستماع إلى برامج إذاعية بعدد الأفراد الذين يستمعون إلى هذه البرامج فى وقت معين أو منطقة معينة... وهكذا وكما يمكن التعبير عن المتغير الكمى بالقيم الكمية التى تعكسها الأرقام العدد أو التكرارات فإنه يمكن التعبير عنه بالقيم الكمية اللفظية مثل التعبير عن قراء الصحف بالقيم الكمية(كبير/قليل) أو قدر الأفراد المؤيدين(كبير جداً/ كبير/ متوسط/ قليل/ قليل جداً) .... وهكذا . ومن المتغيرات الكمية

الشائعة فى الدراسات الإعلامية متغير السن ومتغير الدخل، وعدد أفراد الأسرة وغيرها من المتغيرات التى يمكن قياسها كمياً أو التعبير عنها بقيم عددية أو لفظية كمية .

وعلى الجانب الآخر هناك متغيرات أخرى يمكن توزيعها فى فئات متجانسة، واستخدام التغير فى هذه الفئات فى بناء العلاقات واختبارها . وهذه المتغيرات يطلق عليها المتغيرات الوصفية أو الفئوية أو النوعية *Categories Variables* . والتى يتم التعبير عن التغير فيها من خلال وصف الفئات بالصفات المتباينة مثل الحالة الاجتماعية تضم فئات وصفية (متزوج/غير متزوج) أو الحالة التعليمية ويمكن وصف فئاتها المتغيرة من خلال الصفات (أمى/يقرأ ويكتب/ تعليم متوسط/تعليم جامعى) أو وصف التعرض إلى وسائل الإعلام من خلال فئات (منتظم/غير منتظم) أو مستوى الانتظام فى القراءة فيمكن التعبير عنها بقيم كمية (عال/متوسط/ منخفض) .

ولايترتب على تصنيف المتغيرات إلى كمية/وفئوية أو وصفية . وضع حدود للباحث فى استخدامها، فقد تستخدم متغيرات كمية فى علاقتها بأخرى كمية، مثل :

العلاقة بين التغير فى الدخل والتغير فى الوقت المخصص لمشاهدة التليفزيون أو قراءة الصحف يوميا .

وقد تستخدم متغيرات كمية فى علاقتها بأخرى فئوية أو وصفية، مثل العلاقة بين عدد الساعات الدراسية التى أنهاها الطالب -٣٠/-٦٠/٩٠/٩٠ ساعة فأكثر ومستوى الانتظام فى قراءة الصحف قراء منتظمون/ غير منتظمين/ غير القراء (محمد عبد الحميد ٨٩) .

وقد تستخدم متغيرات فئوية فى علاقتها بأخرى فئوية مثل العلاقة بين متغير المستوى التعليمى يقرأ ويكتب/ تعليم متوسط/ تعليم عال ومتغير تفضيل الموضوعات الصحفية جادة/ خفيفة .

ويفيد التصنيف السابق لأنواع المتغيرات فى اختيار الطرق الإحصائية أو المعاملات التى تكشف عن العلاقة (علاقات الاتفاق أو الاختلاف) ذلك أن هناك معاملات إحصائية يفضل اسخدامها فى حالات المتغيرات الوصفية/ الوصفية عن

غيرها الكمية/ الوصفية عن الأخرى الكمية/ الكمية. وعدد الفئات التى يتم تصنيف المتغيرات فيها .

المتغير المستقل والمتغير التابع :

المتغير المستقل *Independent Variable* هو المتغير الفاعل فى حركة الظاهرة، فإذا كان البحث عن العلاقة بين السبب والنتيجة، يكون هو السبب فى حدوثها، وإذا كان البحث عن علاقة التأثير يكون هو العنصر المؤثر . ويترتب على حركة هذا المتغير النتائج التى تحدث فى الظاهرة أو التأثر بحركته .

وفى الدراسات الوصفية البسيطة عندما ندرس العلاقة بين مشاهدة التليفزيون والتحصيل الدراسى فإن تكرار المشاهدة أو كثافتها يعتبر فى هذه الدراسة هو المتغير المستقل الذى يترتب على حدوثه انخفاض التحصيل الدراسى على سبيل المثال، أو يؤثر فى التحصيل الدراسى للطلاب الذين يستخدمون التليفزيون بكثافة أعلى .

والمتغير الذى يحدث نتيجة لوجود المتغير المستقل، أو يتأثر به هو المتغير التابع *Dependent Variable* .

وهذا التصنيف لايرتبط بالمتغير فى حد ذاته ولكنه يرتبط باستخدامه، فليس هناك متغير مستقل فى كل البحوث وآخر تابع بنفس الطريقة، ولكن مايستخدم فى بحث ما على أنه متغير مستقل يمكن أن يستخدم فى بحوث أخرى على أنه تابع .

فمتغير الحالة الزواجية يمكن أن يكون متغيرا مستقلا فى علاقته بكثافة مشاهدة التليفزيون، وهو نفسه يكون متغيرا تابعا فى علاقته بمتغير الدخل فى بحث اجتماعى آخر على سبيل المثال .

وكما سبق أن قدمنا فى التصنيف السابق يمكن أن يكون أى منهما وصفيًا أو كميًا أو كلاهما وصفيًا أو كميًا عند بناء العلاقات الفرضية أو صياغة التعميمات.

وفى البحوث التجريبية يطلق على المتغير المستقل المتغير التجريبى *Experi-mental Variable* أو متغير المعالجة *Manipulated-Treatment* الذى يتحكم فيه الباحث بالتغيير أو التعديل لأغراض الأختبار، مثل المثيرات التى يمكن أن يتحكم فى عرضها الباحث . وفى هذه الحالة يسمى المتغير التابع، المتغير الناتج *Outcomes* وفى البحوث الوصفية حيث يتعلق المتغير المستقل بالخصائص أو

الصفات فيسمى فى هذه الحالة *Attribute Variable* مثل متغيرات السن والنوع والحالة الزواجية، أو الاقتصادية والمستوى التعليمى . ولذلك يختار الباحث لأغراض التجريب فى هذه الحالة المفردات التى تجتمع لها الخصائص التى يصنفه فى إطارها المتغير، مثل المتزوج/ الأعزب، ذكور/ إناث.... وهكذا .

المتغيرات الضابطة:

فى كثير من الدراسات لايصبح المتغير المستقل وحده هو السبب أو المقدمة لحدوث الظاهرة أو ملاحظة النتائج . ولكن توجد متغيرات أخرى تسهم بشكل أو آخر فى تفعيل المتغير المستقل وقيامه بدوره فى العلاقة مع المتغير التابع .

ومن هذه المتغيرات مايتم تحديده صراحة فى مشكلة البحث وصياغة الفروض العلمية، فى إطار التنبؤ بالعلاقة بين المتغيرات وهو المتغير الوسيط *Intervening Variable* الذى يرى الباحث فى وجوده تأكيداً للعلاقة بين كل من المتغير المستقل والتابع . باعتباره متغيرا محركا أو دافعا للمتغير المستقل .

وعلى سبيل المثال قد يرى الباحث أن الرجال يميلون أكثر إلى تفضيل الموضوعات الصحفية الجادة، بينما يرى أن النساء تميل أكثر إلى تفضيل الموضوعات الصحفية الخفيفة .

وفى نفس الوقت يقيم الباحث صياغته للعلاقة المذكورة على أساس زيادة الوقت المتاح للرجل فى المنزل لقراءة الموضوعات الجادة والمتعمقة، بينما يقل هذا الوقت لدى المرأة بتأثير الاهتمامات والأعمال المنزلية لها .

وفى هذه الحالة يكون الوقت المتاح متغيرا وسيطًا يعمل على تأكيد العلاقة المتباينة بين الرجل والمرأة فى الاهتمام بالموضوعات الصحفية الجادة والخفيفة فيكون لدينا فى هذه الحالة .

- متغير النوع (متغير مستقل) .
- متغير الوقت المتاح فى المنزل (متغير وسيط) .
- متغير الاهتمام والتفضيل للموضوعات الصحفية (متغير تابع) .

وبذلك فإن بناء العلاقة مع وجود المتغير الوسيط يساعد على التفسير الخاص بالعلاقة بين كل من المتغير المستقل والمتغير التابع .

ولذلك فإن الباحث يضع فى اعتباره ضبط هذا المتغير بالكشف عن وجوده وتسجيله فى إطار اختبار العلاقات بين المتغيرات التى تبحثها الدراسة، وتفسير هذه العلاقات . فينتمى بذلك هذا النوع من المتغيرات إلى المتغيرات الضابطة *Controled Variable* التى يضعها الباحث فى اعتباره عند دراسة العلاقة بين المتغير المستقل والتابع، لأغراض صدق التفسير والاستدلال من خلال النتائج .

وعلى الجانب الأخر هناك نوع آخر من المتغيرات الضابطة التى يضعها الباحث فى اعتباره لادراكه بداية بتأثيرها المتداخل مع المتغير المستقل فيقوم بعزلها أو عزل تأثيرها على المتغير المستقل . وفى هذه الحالة تسمى المتغيرات الدخيلة أو العارضة *Extruneous Variables* أو الزائفة أو غير الظاهرة .

وفى المثال السابق . كان يمكن الانتبه بداية لمتغير الوقت المتاح فى المنزل لدى كل من المرأه والرجل وتأثيره المتداخل مع تأثير النوع. ويصبح فى هذه الحالة تفسير تأثير النوع فقط على تفضيل الموضوعات الصحفية تفسيرا خاطئا مالم يتم عزل هذا المتغير(الوقت المتاح)وضبطه من خلال اختيار متغير النوع بنفس الوقت المتاح لدى كل من الرجل والمرأة فى المنزل . فيختار الباحث المرأة غير العاملة التى يتاح لها وقت أطول فى المنزل بدلاً من المرأه العاملة عند إجراء المقارنة مع الرجل مثلاً .

فقد تدرس العلاقة بين الدخل والتعرض للمواد التليفزيونية الأجنبية، وتشير النتائج إلى عدم وجود علاقة ارتباطية إيجابية بينهما . فى هذه الحالة قد يكون هناك متغير ثالث غير ظاهر يؤثر فى هذه الحالة إيجاباً وسلباً بعيداً عن الدخل وهو استقبال القنوات الفضائية من خلال الأطباق التى أصبحت موجودة لدى عائلات كثيرة فى فئات متغير الدخل .

وبينما ساعد المتغير العارض فى الحالة الأولى على زيادة تأثير المتغير المستقل، نجده فى الحالة الثانية قام بتحديد هذا التأثير (تأثير الدخل) أو تخفيفه، ولذا يطلق عليه (محمد الوفائى٨٩:٣٣) المتغير المحبط *Suppressor Variable* . الذى يختلف عن المتغير الزائف أو الدخيل فى أنه يؤدى إلى غياب العلاقة بين المتغير المستقل والتابع . ومهما اختلفت مسميات المتغيرات الضابطة، أو الحالة التى يتم تصنيفها خلالها، فإننا نفرق بين الحالات التالية :

- وعى الباحث بوجود المتغيرات الضابطة بداية، ووضعها فى الاعتبار عند صياغة العلاقات الفرضية . أو عدم وعيه بوجودها أو عدم ظهورها بداية . ومراعاة وضعها فى الاعتبار عند تفسير نتائج اختبار العلاقات الفرضية بين المتغير المستقل والتابع .
- ضبط هذه المتغيرات سواء بتأكيد تأثيرها على حركة المتغير المستقل - فى حالة المتغير الوسيط - أو عزل تأثيرها أو تداخلها مع المتغير المستقل كما فى حالة المتغيرات العارضة أو الدخلية .

وفى جميع الحالات فإن الضبط الإجرائى أو الإحصائى لعلاقة هذه المتغيرات بكل المتغير المستقل والتابع يعتبر ضرورة لضمان تفسير العلاقات التى تم اختبارها تفسيراً صادقًا .



الفصل الثاني

المداخل النظرية للدراسات الإعلامية

عادة ما يتجه التفكير الإنسانى عند وجود موقف مشكل إلى استعادة كافة الأبعاد المعرفية لدى الفرد عن هذا الموقف، فى محاولة لتحليله فى ضوء هذه الأبعاد والخبرات السابقة والبحث عن حلول فى إطارها .

وعندما يختار الفرد معرفة أو خبرة سابقة فإنه يجعلها دليلاً فى التحليل والتركيب وإعادة طرح المشكلة مرة أخرى، أو يجعلها دليلاً فى بناء العلاقات بين عناصر هذه المشكلة للبحث عن مواطن الغياب أو القصور أو الانحراف.... أو الأسباب التى أدت إلى هذه المشكلة .

وتعتبر مجموعة المعارف والخبرات العلمية المكتسبة مرجعية الفرد فى الاقتراب من أى مشكلة يواجهها . وتعتبر أيضًا بعد تصنيفها بدائل يختار منها الفرد ما يتفق مع طبيعة المشكلة وأبعاد النتائج المتوقعة لها .

وفى مجال العلوم الانسانية والمعارف العلمية المختلفة وتطبيقات الممارسة المهنية، تتعدد البدائل التى يمكن الاستفادة منها فى طرح الإطار النظرى لمشكلة البحث وردها إلى هذا الإطار .

وهذا فى رأيى هو جوهر مفهوم المدخل *Approach* فى بناء الإطار النظرى لمشكلة البحث، فيستخدم هذا المفهوم للدلالة على المرجعية العلمية أو المعرفية التى يمكن طرح مشكلة البحث وتفسير نتائج دراستها فى إطارها .

وفى هذه الحالة يفيد تحديد هذا المدخل عند الاستقراء، وتحقيق الارتباط بين أكثر

من فكرة أو اتجاه علمي للنظر إلى المشكلة، أو الاستنباط والاستدلال في تفسير الحقائق التي يصل إليها الباحث في إطار المرجعية العلمية أو المعرفية .

وهو في هذا يختلف عن المدخل المنهجي الذي يهتم باختيار الطريقة أو الأسلوب في معالجته للمشكلة المطروحة للوصول إلى الحقائق الخاصة بها .

وتتلخص أهمية اختيار المدخل النظري للدراسة الإعلامية أو المشكلة المطروحة في تحقيق الوظائف التالية :

١- الاتفاق على المفاهيم والمصطلحات ودلالاتها المقصودة في الدراسة محل البحث .

٢- رد المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في بناء المشكلة وتحديدها إلى أصولها الفكرية والنظرية، وهذا يؤكد الاتفاق على المفاهيم والمصطلحات .

٣- توظيف المرجعية العلمية أو المدخل في صياغة الفروض العلمية من خلال النظريات أو التعميمات التي تطرحها هذه المرجعية العلمية .

٤- وتتجسد أهمية المدخل أو المرجعية العلمية أكثر في بناء إطار التفسير والاستدلال للحقائق التي يتوصل إليها الباحث في دراسته للمشكلة .

ومع تعدد الأفكار والنظريات والعلوم ذات العلاقة بحركة العملية الإعلامية وعلاقاتها، تتعدد أيضًا المداخل النظرية التي يختار منها الباحث ما يتفق مع طبيعة الظاهرة أو المشكلة الإعلامية وترتفع أهميتها في تحقيق الوظائف السابقة .

ومع تعدد هذه المداخل يجب أن يعي الباحث بداية أن هذه المداخل النظرية لاتنتمي فقط إلى نظريات الإعلام أو التعميمات الخاصة بدراساتها، ولكنها تنتمي إلى العديد من العلوم الإنسانية الطبيعية الأخرى، لأن أهم مايميز علوم الاتصال والإعلام في الوقت الحاضر أنها من العلوم البينية *Interdiscplinary* التي تستفيد من الحقائق والنظريات الخاصة ببناء العلوم الأخرى وبصفة خاصة علوم اللغة والنفس والاجتماع والاقتصاد، بالإضافة إلى العلوم الطبيعية المختلفة كل في مجال تخصصه .

ولذلك فإن عرض المداخل النظرية المختلفة لايعني أنه عرض جامع، ولكنه مرشد للباحث ودليل في اختيار المرجعية العلمية التي تكون أساسا للتفكير والاستدلال في الاقتراب من المشكلة التي يقوم بدراستها .

أولاً: المـــدخـــــل الــوظـيـفـــى

يعتمد المدخل الوظيفى على المسلمات الخاصة بنظرية البنائية الوظيفية *Structural Functionalism* التى ترى أن المجتمع يتكون من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينها التى تقوم بدورها فى المحافظة على استقرار النظام، وأن هذه الأنشطة تعتبر ضرورة لاستقرار المجتمع، وأن هذا الاستقرار مرهون بالوظائف التى يحددها المجتمع للإنشطة المتكررة تلبية لحاجاته .

وبناء على ذلك اتفق الخبراء على ضرورة تحديد عدد من الوظائف لكل نشاط من الأنشطة المتكررة فى المجتمع التى تحافظ على وجود المجتمع واستقراره، ومن هذه الانشطة النشاط الاتصالى أو نشاط وسائل الإعلام فى المجتمع الذى يرتبط استمراره بتحقيقه لعدد من الوظائف أيضًا بإعتباره أحد الأنشطة المتكررة فى المجتمع، أو بإعتبار النظام الإعلامى أحد النظم الفرعية أو العناصر الفرعية لبناء المجتمع الذى يقوم لتحقيق عدد من الوظائف الإجتماعية فى إطار مفهوم البنائية الوظيفية .

ومن هنا كانت الدراسات الخاصة بوظائف الاتصال والإعلام فى المجتمع والتى بَدأت منذ الأربعينات بمقال هارولد لازويل فى عام ١٩٤٨ حول وظائف الاتصال فى المجتمع . والتراث الكبير فى تحديد هذه الوظائف وعلاقاتها بحاجات المجتمع والأفراد . وأصبح هذا التراث أساسا لصياغة الأفكار والمداخل الخاصة بتحديد وظائف الإعلام بالنسبة للفرد والمجتمع وعلاقة هذه الوظائف بالوسائل، أو المحتوى، أو الأفراد المتلقين . وتجيب جميعها على الأسئلة الخاصة بالأدوار التى تقوم بها وسائل الإعلام فى المجتمع، وكذلك لإرضاء المتلقى وتلبية حاجاته، والعديد من الكتابات التى صاغت هذه الوظائف بدءا من هارولد لازويل *H.Lasswell* فى عام ٤٨ ثم تشارلز رايت *Ch.Wrigh* فى تحليله الوظيفى والذى أضاف وظيفة التسلية والترفيه إلى الوظائف الثلاث التى قدمها لازويل قبل ذلك، وأيده بعد ذلك ويليام ستيفنسون *W.Stevenson* فى نظرية اللعب، حيث اعتبر أن وظيفة التسلية تمثل جانبًا أكبر من وظائف وسائل الإعلام . بجانب ما قدمه دانيل كاتز *D.Katz* فى تحليله للحاجات النفسية لدى الفرد التى تدفع الفرد إلى التمسك بالإتجاه، وتعكس بالتالى ما يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام من وظائف فى هذا المجال تتمثل فى

تحقيق المنفعة، والدفاع عن الذات من خلال تمسكه بالصور التى يتم تشكيلها عن نفسه ورفضه ما عداها، والتعبير عن القيم بجانب الوظيفة المعرفية .

وبجانب ذلك لخص دينيس ماكويل (*D.MacQuial 88:73*) الاسباب والحاجات الفردية فى إطار الوظائف إلى وظيفة الإعلام والتى تلبى حاجة الفرد إلى معرفة ما يدور من وقائع وأحداث/ والحاجة إلى النصح وتقديم بدائل القرارات/ وحب الاستطلاع/ والتعليم والتعلم الذاتى . وكذلك وظيفة تحديد الهوية الشخصية التى تلبى الحاجة إلى دعم القيم الشخصية، ودعم أنماط السلوك والتوحد مع قيم الغير وتحقيق الفرد لذاته . وكذلك وظيفة التماسك والتفاعل الاجتماعى التى تلبى حاجة الفرد فى التعرف على ظروف الآخرين/ التقمص الاجتماعى/ التوحد مع الغير والانتماء/ التفاعل الاجتماعى/ الألفة مع الحياة الحقيقية/ دعم الدور الاجتماعى/ ثم دعم القدرة على التواصل مع الآخرين. وذلك بجانب وظيفة التسلية والترفيه التى تلبى حاجة الفرد إلى الهروب من المشكلات/ الراحة والاسترخاء/ اكتساب الأنماط الثقافية/ المتعة الجمالية/ اطلاق العواطف وتمردها .

ومن جانب آخر تعكس دوافع التعرض إلى وسائل الإعلام وأسباب الاهتمام والتفضيل بالوسائل ومحتواها عددا وفيرا من الوظائف التى تقوم بها وسائل الإعلام ويكون تحقيقها سببا لهذا الاهتمام ومعيارا للتفضيل بين الأفراد المتلقين . وهناك العديد من الدراسات التى قامت برصد هذه الوظائف باعتبارها سببا للاهتمام والتفضيل فى بحوث الاهتمام والتفضيل *Interest and Prefernce* أو مدخلاً للرضا والاشباع ودافعا لاستخدام وسائل الإعلام فى بحوث الاستخدامات والاشباعات *Uses and Gratification* وغيرها من الدراسات والبحوث الخاصة بحاجات الفرد والمجتمع من وسائل الإعلام، ودوافع التعرض إليها وكثافة هذا التعرض .

والباحث فى هذا المجال لايفترض بداية توافر كل الوظائف فى كل الأنواع من وسائل الإعلام وتصنيفاتها الفرعية، بل إن وجود بعض هذه الوظائف وغياب الأخرى يكون عاملا من عوامل التمييز ومعيارا لتصنيف الوسائل الإعلامية ومحتواها . مثل صحف الخبر التى ترتبط بوظيفة الإعلام بالذات، وصحف الرأى التى تهتم بالشرح والتفسير، وكذلك صحف التسلية والترفيه، أو الصحف التجارية وهى تفسيرات ارتبطت بسيادة وظيفة على الأخرى .

ولايفترض الباحث من البداية الغياب الكامل لبعض هذه الوظائف، باستثناء الوسائل التجارية أو الإعلانية - ولكن يظل المعيار هو التباين فى وجود هذه الوظائف أو غيابها وسيادة إحداها بما يضفى الطابع الخاص على الوسيلة أو المحتوى مثل الصحف أو البرامج العلمية التى يمكن أن تقدم الإعلام والشرح والتفسير معا بجانب التعليم على سبيل المثال . وبالإضافة إلى ذلك فإن تحديد هذه الوظائف لايعنى الاكتفاء بدراسة وجود هذه الوظائف أو غيابها أو التباين بين وجودها أو غيابها، ولكن هذا التحديد يمكن أن يكون دليلاً ومرشداً فى دراسة الوظائف فى علاقتها ببعضها . أو دراسة هذه الوظائف وعلاقتها بالنتائج أو الآثار المرتبطة لها .

وعلى هذا يطرح المدخل الوظيفى العديد من الاتجاهات فى دراسة هذه الوظائف ورصدها وأوزان وجودها وعلاقاتها مثل :

- دراسة التوازن أو الاختلال فى تحقيق هذه الوظائف، فى علاقته بالطابع العام أو الخاص للوسائل الإعلامية ومحتواها .فإطلاق صحف الرأى يرتبط أساسا بزيادة الاهتمام بالمقالات التى تستهدف النقد والشرح والتفسير وتزيد معرفة القارئ وإدراكه بالوقائع والأحداث، وتكوين رأى حولها وكذلك برامج الرأى فى الوسائل الالكترنية .
- دراسة التوازن أو الاختلال أيضًا فى تحقيق هذه الوظائف فى علاقته بالسياسات الإعلامية التى ترسم أهدافا ووظائف تسعى إلى تحقيقها من خلال آليات الممارسة المهنية . وقد تنعكس هذه السياسات على أجندة الوسائل الإعلامية وترتيبها للوظائف والأفكار التى تسعى إلى نشرها .
- دراسة العلاقة بين تحقيق هذه الوظائف، والحاجات الأساسية التى يستهدفها جمهور المتلقين، والتى ترسم العلاقة بين استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، وتلبية هذه الوسائل لحاجاتهم فى إطار بحوث الاستخدامات والاشباعات .
- وبجانب دراسة العلاقة بين هذه الوظائف والحاجات الفردية، فإنه يمكن دراستها فى إطار علاقاتها بالحاجات الاجتماعية، مثل الضبط الاجتماعى،ودعم الانتماء ودعم الحرية والأفكار الديموقراطية،ونشر الأفكار الجديدة لتحقيق التغير والنمو.. وغيرها من الوظائف التى يسعى المجتمع الكل إلى تحقيقها فى إطار توزيع الوظائف على عناصر النظام الاجتماعى وأنشطته لدعم التوازن والاستقرار .

وهذه الاتجاهات تعتبر أمثلة لما يمكن أن يسترشد به الباحث فى تحديد المشكلة وأهداف دراستها فى إطار المدخل الوظيفى، ودليلا للدراسات السابقة والإطار المرجعى الذى يساعد الباحث فى دعم الإطار النظرى للدراسة وتفسير نتائجها .

ثانيًا : مدخل النظم والعملية الإعلامية

يتفق مفهوم النظم *Systems* مع مفهوم العملية *Process* كمدخل للدراسات الإعلامية فى ضرورة وجود عناصر لاتقل عن اثنين لبناء كل مفهوم تتفاعل مع بعضها لتحقيق أهداف معينة . وفى إطار المفهومين أيضًا عادة مايكون هدف الدراسة تقويم الأداء لحركة النظام أو العملية، من خلال دراسة العلاقة بين العناصر وبعضها وبصفة خاصة فى العلاقة مع المنتج النهائى للنظام أو العملية، وكذلك علاقة النظام بالنظم الاجتماعية الأخرى فى بيئة النظام فى النظم المفتوحه التى تميز النظم الإعلامية، أو علاقة العملية الإعلامية واتجاهاتها بباقى العمليات الإجتماعية الأخرى فى السياق الإجتماعى الذى تعمل فى إطاره . مثل دراسة الآثار المادية فى نظام ما أو باعتبارها هدفا للعملية الإعلامية، أو التأثيرات المعنوية فى نظام آخر أو فى علاقة العملية الإعلامية بالعمليات الأخرى .

وسواء تم النظر إلى الإعلام باعتباره نظاما أو عملية . فإن الدراسة يجب أن تمتد إلى كل من الأهداف أو العقائد أو الفلسفات أو السياسات التى يقوم النظام أو تتحرك العملية من أجل تحقيقها، وكذلك إلى مجموع عناصر النظام أو العملية التى يتم توظيفها لتحقيق السياسات أو الأهداف سواء كانت عناصر مادية أو بشرية، هذه العناصر التى يحقق وجودها والعلاقات بينها بناء النظام أو العملية .

ويكون تقييم الأداء فى هذه الحالة هو تحديد مدى التوافق بين البناء والتنظيم، وبين الأهداف أو السياسات . ويتوقف على ذلك نجاح النظم أو العمليات فى القيام بدورها المرسوم له فى بيئة النظام أو السياق .

ويتفق هذا المدخل فى دراسة النظام الإعلامى ككل فى المجتمع أو دراسة المؤسسات الإعلامية ذاتها كنظام اجتماعى أيضًا فى المجتمع يعمل فى إطار البنائية الوظيفية أو نظرية الصراع لتحقيق التغيير والتطوير . ففى كلا الحالتين هناك نظم تكون من أهداف وبناءات، تتفاعل مع بعضها من أجل المحافظة على الاستقرار

والتوازن، أو تتصارع مع بعضها من أجل التغيير والتطوير .

وفى كل من مفهوم النظام والعملية تمثل المؤسسات والقائم بالإتصال والرسائل الإعلامية والجمهور عناصر فرعية للنظام أو العملية تفرض على الباحثين دراستها ودراسة العلاقات بينها؛ ودراسة النظام مع النظم الأخرى فى البيئة الكلية أو السياق العام .

وهناك ثلاثة اتجاهات لدراسة النظم الإعلامية :

الأول : وهو الاتجاه الجزئى فى وصف عناصر النظام أو العملية وتحديد خصائص هذه العناصر .

الثانى : الذى ينتقل من وصف العناصر إلى وصف النظام الكلى ووضعه فى اطار فئة من فئات تصنيف النظم أو العمليات الاجتماعية .

الثالث : النظر إلى النظام الإعلامى باعتباره نظاما مفتوحا له علاقات متبادلة مع النظم الأخرى فى المجتمع التى تؤثر فى مدخلات النظام أو مخرجاته .

وبصفة عامة نجد أن مفهوم النظام باتجاهات دراسته الثلاثة المذكورة قد استقر كثيراً فى وصف العناصر والعمليات الإعلامية الفرعية، مقارنة بمفهوم العملية الذى لايستخدم إلا فى حدود العرض الفلسفى أو النظرى للتعريف واتجاهاته .

وهذه الاتجاهات الثلاثة فى دراسة النظم الإعلامية شكلت فى مجموعها المدخل الأساسى فى تصنيف النظم الإعلامية فى المجتمعات المختلفة وقدمت العديد من النظريات التى ساقت الخصائص والحدود التى تفصل بين كل نظام وآخر يمكن طرحه واجراء المقارنة وتقييم الأداء فى إطاره، وبصفة خاصة فى علاقة النظم الإعلامية بالنظم السياسية، أو نظم الملكية والفلسفة الإجتماعية أو فى علاقتها بالفلسفة التنموية، وكذلك فى علاقتها بطموحات التحديث والتبعية الإعلامية فى الدول النامية، وأخيراً علاقة هذه النظم بالمفاهيم المتجددة للاتجاه نحو العولمة أو الكوكبية وتأثيراتها على بناء هذه النظم وأهدافها .

وقدمت بالتالى تصنيفات عديدة للنظم الإعلامية بناء على معايير البناء والعلاقات مع النظم الأخرى فى المجتمع والأهداف الكلية .

وإذا كانت التصنيفات التى وضعتها النظريات الخاصة بوصف النظم الإعلامية فى المجتمعات المختلفة اتفقت مع مراحل تاريخية سابقة، فإنه من الصعب الآن اتخاذها معيارا للتصنيف فى المرحلة التاريخية الحالية دون دراسة كاملة لأهداف النظام وعناصره وعلاقات هذه العناصر وعلاقات النظام التى اصبحت تتسم بالتغير والتطور فى العصر الحالى، خصوصاً مع التوسع فى المفاهيم السياسة الخاصة بالديموقراطية والحرية والمشاركة الشعبية وحقوق الانسان.... وغيرها والاتجاه نحو دعم المشروع الحر والحد من تدخل الدولة، والاعتماد على الخارج فى التنمية وظهور مفاهيم التبعية والهيمنة فى الأفكار المطروحة بوصف النظم المختلفة فى المجتمعات مما يضع صعوبة على الباحث فى التصنيف الأولى للنظام وتقييم آدائه . ولذلك يصبح الأسهل للباحث أن يبدأ متدرجا فى دراسته بتدرج الاتجاهات المذكورة ابتداء من وصف العناصر وعلاقاتها ثم وصف النظام الكلى وتصنيفه أو صياغة الوصف فى اطار نظرى عام يكون معيارا للوصف والتقييم .

وتظهر بالتالى أهمية دراسة عناصر النظام الاعلامى، ثم دراسة علاقة النظام بالنظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وكذلك القوى المحركة للمجتمع ككل . وعلاقة كل ذلك بالمنتج النهائى وهو المحتوى الإعلامى ومدى تلبية الحاجات الفردية أو الحاجات الإجتماعية، والتى تعكس خصائص النظم فى علاقاتها ببعضها .

وتنعكس خصائص النظام الإعلامى بصفة عامة على خصائص النظم الفرعية فى المؤسسات الإعلامية التى تعمل فى اطار النظام الإعلامى ويتأثر نظام العمل والعلاقات والمنتج النهائى بأهداف النظام وسياساته .

وبصفة عامة يمكن دراسة العديد من المشكلات والموضوعات البحثية فى هذا المدخل كالآتى :

- الدراسة الوصفية للمحددات الخاصة بالنظم الإعلامية وتوثيقها مثل : نظام الملكية/ التبعية الحكومية/ السيطرة والضبط/ الدعم والتمويل/ تخطيط السياسات الإعلامية واتجاهاتها/ القوانين والتشريعات المنظمة/ الضغوط المهنية وعلاقات العمل/ حقوق وواجبات المهنيين/ مؤسسات الدعم العلمى والمهنى.... وغيرها مما تعتبر عناصر خاصة بالنظام يسهم وصفها فى وصف النظام الإعلامى الكل .

- بناء على المحددات السابقة يمكن وصف النظام الإعلامي الكل في المجتمعات، ووضعه في أحد فئات التصنيف الخاصة بهذه النظم، واجراء المقارنات عبر المجتمعات أو عبر المراحل التاريخية المختلفة .
- الدراسة الوصفية للنظم الإعلامية خلال تطور المراحل التاريخية المختلفة، ومعالم التغيير والتطور في هذه النظم وعلاقة هذه المعالم بخصائص وسمات المراحل التاريخية .
- دراسة النظم الإعلامية في علاقاتها مع النظم الإجتماعية الأخرى في المجتمع، سواء لأغراض وصف حالة الاستقرار والتوازن، أو النقد الخاص بعلاقات الصراع بين هذه النظم وبعضها من أجل التطور والتغيير .
- دراسة النظم الإعلامية في علاقاتها بالأدوار والمراكز الإجتماعية، والقوى المختلفة في المجتمع سواء لأغراض الدراسة التسجيلية للتأثيرات المتبادلة أو لإغراض الدراسة النقدية لهذه العلاقات .
- دراسة النظم الإعلامية في إطار علاقاتها بتلبية الحاجات الاجتماعية بصفة عامة وحاجات الفئات المتعددة لجمهور المتلقين في إطار أهداف تقييم الأداء والانجاز .
- وفي إطار الأهداف السابقة يمكن دراسة علاقة عناصر النظام الإعلامي بالمنتج النهائي وهو محتوى الإعلام وخصائصه واتجاهاته .

وهذه الأمثلة وغيرها تعتبر نماذج ارشادية أو دليلا للباحث في اختيار المشكلات البحثية والاقتراب منها من خلال النظريات والمبادئ العلمية التي تهتم بالإعلام كنظام اجتماعي له أهدافه وعناصره وعلاقاته في السياق الاجتماعي العام والتي نجدها في دراسات ميلفين ديفلير وهيبرت وشيلر وهول أصحاب الاتجاهات المختلفة في النظر إلى النظام الإعلامي ومؤسساته في إطار علاقته بالنظم الإجتماعية في المجتمع .

وعلى الرغم من التحديد الواضح لهذا المدخل واطاره المرجعي والاعتماد عليه في دراسة العديد من المشكلات والظاهرات الإعلامية، إلا أنه يتداخل في الإطار النظري مع مداخل أخرى تتفق معه في الخصائص والسمات مثل المدخل الإجتماعي ومدخل العملية الإجتماعية التي نجد اطارها المرجعي في العديد من الدراسات المبكرة لحركة العملية الإعلامية وعناصرها في إطار الوصف الاجتماعي للعناصر والسياق الاجتماعي للأهداف والعلاقات .

ثالثاً: المـــــدخـــــــل الإجـتـمـــاعـــى

لم يستقر كثيراً مفهوم العزلة فى وصف جمهور وسائل الإعلام، بعد أن ثبت من خلال الملاحظة ونتائج الدراسات الميدانية أن الفرد فى جمهور وسائل الإعلام هو عضو فى جماعة اجتماعية، يخضع فى عملياته الإدراكية لمفهوم الجماعة والانتماء واتخاذ قراراته فى إطار المعايير الإجتماعية لهذه الجماعة .

وأصبح مفهوم البعد الاجتماعى فى بناء مدركات الفرد وعلاقته بوسائل الإعلام منذ بداية الاربعينات مدخلا لتفسير السلوك والاستجابة إلى وسائل الإعلام، وبدأت تستقر فى أدبيات الإعلام الفروض الخاصة بتدفق المعلومات على مرحلتين وتأثيرات قادة الرأى فى انتقال المعلومات من وسائل الإعلام إلى الأفراد، وأصبح هذا المدخل إطارا نظريًا لتفسير اختلاف الاستجابة المتوقعه نحو وسائل الإعلام والتى كانت توصف بأنها مباشره، واطارا أيضًا للتخطيط الإعلامى الخاص بنشر الأفكار المستحدثة سواء كان فى المراحل المبكرة للحصول على المعلومات أو تأكيدها أو تبنى هذه الأفكار وبناء الثقة فيها وفى مصادرها .

وتعددت الفروض والتعميمات الخاصة بمفاهيم الانتماء والتفاعل الإجتماعى والطبيعة الاجتماعية لجمهور وسائل الإعلام. والتى أشارت بالتالى إلى مايلى :

- أن الخبرات الناتجة عن التفاعل الاجتماعى وتأثير العلاقات الاجتماعية أصبحت مصدرا من مصادر المعرفة، وأصبحت سلاسل الاتصال المواجهى تقوم بدور كبير فى تشكيل هذه الخبرات والمعارف .
- يتأثر سلوك الأفراد وقراراتهم بهذه الخبرات الاجتماعية بجانب الخبرات الذاتية، وهذه الخبرات تنعكس فى المعايير والأنماط المرجعية التى تضعها الجماعات أو التنظيمات الاجتماعية لسلوك أفرادها .
- ترتب على ذلك أنه أصبح الأهم هو التعرف على السلوك الاجتماعى، والذى تحكمه معايير أو أنماط موحدة تؤثر فى سلوك الأفراد المنتمين، أكثر من الاهتمام بالتعرف على محصلة سلوك الأفراد المنعزلين فى اطار تصنيف خصائص جمهور وسائل الإعلام لرسم استجاباتهم بناء على الأنماط السائدة للسلوك الاجتماعى .

وبناء على ذلك ظهرت الكتابات والنماذج الخاصة بتفسير العلاقات الإجتماعية وتأثيرات الجماعات المرجعية وعلاقاتها بالسلوك الاتصالى مع وسائل

الإعلام مثل كتابات ويلبور شرام (W.Schramm 60) فى تفسير تأثير شبكة الاتصال على السلوك الاتصالى للأفراد مع وسائل الإعلام، من خلال النظر إلى جمهور وسائل الإعلام وتوزيعه فى تجمعات تجمعها مفهوم عضوية الجماعات الاجتماعية وتأثير معايبرها وأحكامها. وكتابات ريلى وريلى (G.W.Riley & M.W.Riley, 59) . فى مناقشتهم لعملية الاتصال وعناصرها وتأثير الجماعات المرجعية لكل من المرسل والمستقبل، وتحليل الاتصال الجماهيرى فى إطار اجتماعى على اعتبار أن الاتصال الجماهيرى نظام اجتماعى بين أنظمة أخرى فى السياق الاجتماعى العام . بالإضافة إلى العديد من الكتابات والأدبيات والنماذج التى ترسم تأثير العلاقات الإجتماعية والانتماء على العلاقة الاتصالية للأفراد مع وسائل الأعلام .

ولاتغفل فى ذلك تأثير الخبرات الاجتماعية على إدراك المعانى والرموز الاتصالية عند علماء علم النفس اللغوى وعلم النفس الاجتماعى، والتأثيرات الثقافية على هذا الإدراك فى إطار نظريات المعايير الثقافية التى تقدمها علماء الاجتماع، والتى تعتبر دليلا لبناء العلاقة بين القائم بالاتصال والمتلقى فى عملية الاتصال بمستوياتها المختلفة. وهو مانجده فى كتابات اليكس تان (A.S.Tan 85) وبيركو (A.R.Berks, et al 85) فى تأثيرات البيئة الاتصالية على كل من المرسل والمتلقى فى عملية الاتصال، وكتابات آخرين فى تأثيرات القوى الاجتماعية والسياق الاجتماعى على عملية الاتصال ذاتها ونموذج HUB هيبرت وزملائه (R.E.Hiebert et al 82) الذى يوضح العوامل المؤثرة على حركة الرسالة الإعلامية حتى وصولها إلى المتلقى وعودتها مرة أخرى إلى القائم بالإتصال مرة أخرى فى صورة رجع الصدى، وهذه العوامل تنتمى فى معظمها إلى التأثيرات والضوابط الاجتماعية .

وبالإضافة إلى ذلك هناك التأثيرات الأخرى للإنتماء والجماعات المرجعية على بناء المحددات الشخصية للقائم بالاتصال، لتأثيرها فى طريقة التفكير والتفاعل مع العالم المحيط به سواء داخل المؤسسات أو خارجها فى علاقته بالمصادر أو رؤيته لجمهور المتلقين . وذلك فى إطار نفس النظريات الخاصة بالمعايير الاجتماعية أو الثقافية، ونظرية الأنماط الثقافية، ونظرية البناء الاجتماعى وغيرها من النظريات الخاصة بتنظيم الانتماء والأدوار والبناء الاجتماعى للأفراد الذى يؤثر بالتالى فى

أنماط العلاقات الاجتماعية للقائم بالاتصال واتجاهاته نحو الوقائع والأحداث واختياره للرموز الاتصالية مع الغير .

ويضاف إلى ماسبق الرؤى المتجددة للعملية الإعلامية والمؤسسات الإعلامية في اطار المدخل الاجتماعي كالآتي :

١- النظر إلى الإعلام بوصفه عملية اجتماعية تقوم بدورها في تلبية عدد من الحاجات الإجتماعية التي يتطلع المجتمع إلى تحقيقها ، والحاجات الفردية ذات الطابع الاجتماعي التي تسهم في تحقيق أهداف التواصل والانتماء والتماسك الاجتماعي. ابتداء من دعم القيم والأفكار السائدة والمحافظة على الهوية الثقافية للفرد والمجتمع إلى القيام بدورها في نشر الأفكار والعقائد المتجددة التي تتفق وتوجهات المجتمع وفلسفته في بناء السياق الإجتماعي ومؤسساته . بالإضافة إلى دورها في دعم الأدوار والمراكز الاجتماعية . مع المحافظة على التوافق الاجتماعي مهما اختلفت أنشطة المجتمع ووظائف مؤسساته .

٢- النظر إلى وسائل الإعلام بوصفها مؤسسة اجتماعية *Social Instution* حيث ينظر رجال الاجتماع إلى كل العمليات في علاقاتها بالاتجاه نحو تشكيل المؤسسات - المؤسساتية *Institutionalization*- التي تقوم بالوظائف الاجتماعية في المجتمع (*J.C.Merrill & R.L.Lowenstein 79:81-3*) والمؤسسات في هذا الاتجاه هي تنظيم يقوم بوظيفة اجتماعية، وهي بناءات لنشر الأفكار العامة، وامتداد للحاجات الانسانية، وهي عمل جماعي للأفراد في المجتمع . ومهما اختلفت النظم فهي تقوم على الأهداف الاجتماعية بالدرجة الأولى وليس على الأهداف الفردية .

وهذه كلها تشكل أطرا نظرية فرعية تحدد ملامح المدخل الاجتماعي كإطار نظري يمكن من خلال دراسته ملاحظة العديد من الظاهرات الإعلامية ذات البعد الاجتماعي، سواء كان هذا البعد مرتبطا بجمهور المتلقين وخصائصهم، أو القائم بالإتصال، أو المؤسسات، أو النظام الإعلامي الكل كنظام اجتماعي يدور في فلك السياق الاجتماعي العام والعلاقات التي يفرضها هذا السياق مع النظم الاجتماعية الأخرى .

وفي إطار هذا المدخل يمكن اقتراح العديد من المشكلات والبحوث الإعلامية التي يمكن دراستها كالآتي :

- الدراسة الوصفية للخصائص والسمات الاجتماعية لكل من القائم بالاتصال وجمهور المتلقين . وهذه الدراسة تشمل تأثيرات المعايير الثقافية والاجتماعية، وسلسلة الجماعات الأولية والثانوية واتجاهات الانتماء إليها ، ومستوى هذا الانتماء . بالإضافة إلى علاقة هذه الخصائص والسمات برسم خريطة العلاقات الاجتماعية بين القائم بالاتصال داخل المؤسسات الإعلامية وعلاقاتها بأسلوب العمل، وكذلك تأثير هذه الخصائص والسمات على العلاقات مع المصادر الإعلامية، وأصحاب المصلحة . وكذلك تأثير هذه الخصائص والسمات على رسم خريطة السلوك الاتصالى مع وسائل الإعلام ودورها فى تدعيم التعرض والاهتمام والتفضيل وصور استخدام وسائل الإعلام المختلفة .
- وكذلك دراسة الحاجات والدوافع التى تجتمع لفئات معينة من جمهور القراء تجتمع لها خصائص أو سمات اجتماعية معينة تؤثر فى وجود هذه الحاجات والدوافع أو غيابها ، مثل الحاجة إلى التواصل الاجتماعى والانتماء للاقليات فى المجتمعات المختلفة . وذلك لتأثير وجود أو غياب هذه الحاجات والدوافع على استخدام وسائل الإعلام والسلوك الاتصالى معها .
- دراسة الخصائص والسمات الاجتماعية لكل من القائم بالاتصال وفئات جمهور المتلقين فى علاقاتهم بالسياسات الإعلامية المعلنة والمستترة، وكذلك خصائص المحتوى الإعلامى واتجاهاته .
- دراسة العلاقة بين السياسات الإعلامية، وخصائص المحتوى واتجاهاته، والحاجات الإجتماعية فى علاقاتها بالفكرة العامة أو العقيدة أو الفلسفة التى تسود المجتمع فى قيام المؤسسات وتحديد أدوارها ووظائفها .
- دراسة العلاقة بين أهداف المؤسسات الإعلامية وخصائص البناء - كنظام - وبين أصحاب المصلحة والقوى والمراكز المسيطرة فى المجتمع. وكذلك علاقاتها بالأدوار الإجتماعية للمؤسسات الأخرى .
- رصد الأدوار التى تقوم بها المؤسسات الإعلامية فى دعم الإطار الثقافى والإجتماعى السائد فى المجتمع، واتجاهاتها من التغير أو التحول فى المحددات الثقافية والاجتماعية للمجتمع .

وهذه ليست سوى أمثلة لبعض الموضوعات أو المشكلات التى يمكن للباحث أن يجد لها الدعم الفكرى والنظرى فى اطار المدخل الإجتماعى بما يثرى الاقتراب من

دراسة مثل هذه المشكلة، واقتراب التفسيرات الخاصة بالعديد من الظاهرات الإعلامية فى إطارها الاجتماعى .

رابعًا: المـــــدخـــــل الســلــوكــــى

- ويهتم هذا المدخل بالإجابة على الاسئلة الخاصة بالخصائص والسمات النفسية لجمهور المتلقين والتى تتمثل بصفة خاصة فى التعرف على الدوافع والحاجات الخاصة بفئات هذا الجمهور وأفراده، وكذلك الأسئلة الخاصة بأنماط السلوك الاتصالى مع وسائل الإعلام وبصفة خاصة خصائص التعرض، ومستويات الاهتمام والتفضيل، ثم بناء العلاقة بين الخصائص والسمات النفسية وأنماط السلوك مع وسائل الإعلام . والتى يمكن تلخيصها فى الأسئلة التالية :

- لماذا يتعرض الأفراد إلى وسائل الإعلام ؟ ولماذا تختلف خصائص التعرض من فرد إلى آخر أو من فئة إلى أخرى من جمهور المتلقين ؟
- لماذ يهتم جمهور المتلقين بوسيلة أو وسائل معينة، من وسائل الإعلام ؟ وكذلك لماذا يهتم بمحتوى معين من محتوى الإعلام ؟ ولماذا تتباين مستويات الاهتمام والتفضيل من فرد إلى آخر ؟
- ماهى أسس بناء العلاقة بين جمهور المتلقين والقائم بالاتصال ؟ وماهى اسباب التفضيل والاهتمام بالقائم بالاتصال ؟
- ماهى الضغوط النفسية التى تؤثر فى اتجاهات القائم بالاتصال وآدائه فى المؤسسات الإعلامية؟ وعلاقاته مع المصادر المختلفة ؟

ونظراً لارتباط هذه الأسئلة بالسلوك الانسانى لكل من القائم بالإتصال وجمهور المتلقين فإن اجاباتها نجدها فى أدبيات علم النفس وعلم النفس المعرفى وعلم النفس الاجتماعى التى تعالج نظرياتها الابعاد النفسية لهذه العلاقات وبنائها . مثل نظريات التعلم ونظريات التوازن المعرفى ونظريات المعرفة الإدراكية ونظريات الدوافع .

ونجد أن التفسيرات الأولية للعلاقة بين جمهور المتلقين ووسائل الإعلام ومحتواها قامت على نظريات التعلم الكلاسيكى التى اهتم أصحابها بدراسة المثيرات البيئية وعلاقتها بالسلوك الملاحظ، ورآوا أن الخبرة المكتسبة الناتجة عن

التعرض إلى هذه المثيرات وتعزيزها تقوم بالدور الأساسى فى التعلم أكثر من غيرها. وكان الممارسون الأوائل فى العملية الإعلامية والباحثون يخططون لأعمالهم ويرسمون تفسيراتهم على أساس بناء العلاقة بين المثير والاستجابة، والتعزيز والمحاكاة وغيرها من الأفكار الأولى التى قامت على أساس وصف الفرد فى جمهور وسائل الإعلام على أنه فرد منعزل يستجيب اتوماتيكيا لأى مثير تعود الاستجابة إليه دون تأثير لعوامل أخرى . ورسموا التفضيل والاهتمام بالوسائل الإعلامية ومحتواها على أساس العلاقة بين العائد المتوقع (التعزيز) والجهد المبذول فى التعرض إلى هذه الوسائل ومحتواها .

وبعد ذلك أشارت نظريات المعرفة الإدراكية وتباين الحوافز إلى أن الفرد لايستجيب أتوماتيكيا ولكنه يتأثر بالخبرة والمعرفة المختزنة الناتجة عن عمليات نفسية واجتماعية عديدة، ويركز على الخيار العقلى للفرد وتلبية الحاجات والدوافع والاستجابة إلى القوى المحيطة به سواء كانت من داخله أو من البيئة المحيطة به، ومن هنا كانت النظريات الخاصة بتأثير الخصائص المعرفية للفرد فى الاستجابة إلى المحتوى الإعلامى وإدراكه لرموزه . وبناء على ذلك فإن الفرد يختار وسائل الإعلام - التعرض الانتقائى- ويدرك الوسائل الإعلامية أيضًا بتأثير النشاط العقلى لإسقاط المعانى على الرموز الاتصالية التى يتلقاها كمنبهات أو مثيرات .

ومن هنا كان تفسير التباين فى التعرض والاستخدام، وكذلك التباين فى إدراك المحتوى الإعلامى وبالتالى تباين الاهتمام والتفضيل للمحتوى الإعلامى .

وأصبح من السهل فى إطار نظريات المعرفة الإدراكية تصنيف جمهور المتلقين إلى فئات بناء على الخصائص المعرفية المختلفة للأفراد وصياغة الرسائل الإعلامية بناء على هذا التصنيف وتقرير الاستخدام والتفضيل والاهتمام بناء على الخصائص المعرفية لهذه الفئات .

ومن جانب آخر يتم تفسير استخدامات الفرد لوسائل الإعلام على أساس قدرتها على تلبية الدوافع والحاجات وبناء العلاقة بين الاستخدامات والاشباعات *Uses and Gratification* فى نظريات وتعميمات علمية تم اختبارها فى العديد من الدراسات والبحوث . وفرض هذا التطور تقييم وسائل الإعلام من خلال الكشف عن وظائفها وأدوارها ومدى ما تقوم به فى تلبية الحاجات والدوافع، وهو ما سبق أن تعرضنا له فى المدخل الوظيفى .

ولايقف الأمر عند حدود الاستخدام فقط بل يمتد إلى التقرير بأن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرا لتحقيق أهدافهم المعرفية والوجدانية والسلوكية، وأصبح النظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها نظاما للمعلومات يحقق مطلبا نظريًا ومدخلاً فرعيًا للبحث والدراسة فى إطار العلاقة بين الاستخدام والاعتماد ومدى تحقيق وسائل الإعلام للأهداف المعرفية للأفراد .

وكذلك يتم تقرير العلاقة بين القائم بالإتصال والمصادر، وكذلك بين القائم بالاتصال وجمهور المتلقين على أساس الخصائص والأنماط السلوكية للقائم بالاتصال وبناء الاتجاهات نحو أي منهما وبالتالى اختيار نمط العلاقة معهما .

ويقوم اختيار نمط العلاقة على أساس الخصائص المعرفية للقائم بالاتصال ذاته، وادراكه عن ذاته، ومدركاته عن الآخرين وخصائصهم أيضًا . وبين الاستقلال عن أيهما وبناء علاقات التوحد أو الهيمنة يتم بناء العلاقات المذكورة التى تقوم أساسا على اتجاه القائم بالاتصال باعتباره نظاما ثابتا للمعرفة والشعور والميل السلوكى نحو الآخرين .

وتفسر نظريات التوازن المعرفى المختلفة أساس بناء هذه العلاقة التى تؤثر فى نجاح عملية الاتصال بصفة عامة، واتجاه الفرد نحو الآخر على أساس من المعرفة والشعور وبناء علاقات الوحدة فى تحديد اتجاه كل طرف نحو الآخر .

وفى إطار هذه النظريات والأدبيات الخاصة بها فى مجالات علم النفس المختلفة - المعرفى والتعليمى والاجتماعى - يمكن الاقتراب من العديد من المشكلات والظاهرات الإعلامية التى يمكن تحديد وتفسير حركتها واتجاهاتها فى إطار هذه النظريات مثل :

- وصف الخصائص النفسية والسلوكية لجمهور المتلقين واتجاهاته نحو عناصر العملية الأخرى وهى المؤسسات والقائم بالإتصال والمحتوى الإعلامى، وإدراكه لأهدافها وسياساتها وخصائصها، وتفسير اتجاهاته بناء على هذه المدركات وتأثيراتها فى إطار نظريات التوازن المعرفى .
- بناء العلاقة بين خصائص التعرض والاستخدام لوسائل الإعلام ومفرداتها، والتفضيل والاهتمام، وبين دوافع الأفراد وحاجاتهم من هذا التعرض والاستخدام، وفى إطار آخر تحديد العلاقة بين العائد المتوقع والتفضيل والاهتمام وإدراك الأفراد عن هذا العائد وصوره المختلفة . وهى البحوث التى تدخل فى اطار

النظريات الخاصة بالاستخدامات والاشباعات أو الاستخدامات والتأثيرات، أو الاعتماد على وسائل الإعلام .

- تفسير الاستجابات الخاصة بجمهور المتلقين للمثيرات الإعلامية المختلفة فى اطار النظريات المتجددة للتعلم واكتساب المعلومات .
- تقييم الأدوار الخاصة بالمؤسسات الإعلامية باعتبارها نظاماً للمعلومات يحقق أهدافا مختلفة لجمهور المتلقين باعتباره أحد عناصر هذا النظام .
- تفسير اتجاه القائم بالإتصال نحو جمهور المتلقين وتصنيفه لهذا الجمهور وعلاقته به فى إطار ما يدركه عن هذا الجمهور وخصائصه السلوكية .
- تفسير اتجاه القائم بالاتصال نحو المصادر المتنوعه، ونمط العلاقة مع هذه المصادر فى اطار ما يدركه القائم بالاتصال عن الخصائص الذاتية والمعرفية لهذه المصادر .
- وصف الضغوط النفسية داخل المؤسسات الإعلامية التى تؤثر على أداء القائم بالإتصال واتجاهاته، مثل علاقات العمل والتعاون مع الزملاء والعلاقات مع الرؤساء والمسئولين ومستوى الرضا الوظيفى وعناصره المختلفة .

وبصفة عامة يمكن تلخيص هذا المدخل فى النظر إلى العملية الإعلامية وأهدافها بإعتبارها نموذجا لبناء الاتجاهات بين عناصر العملية وبعضها . والاهتمام بعناصر المعرفة والميل السلوكى بينها التى تؤثر على بناء الاتجاهات ونجاح العملية الإعلامية بالتالى فى تحقيق أهدافها .

خامساً : المدخل اللغوى

إذا كان من الممكن عزل عناصر العملية الإعلامية ودراستها فى إطار جزئى مثل المؤسسات والقائم بالإتصال والمتلقى، فإنه يصعب دراسة الرسالة الإعلامية بمعزل عن هذه العناصر ودراستها بذاتها كما يتم الآن فى الكثير من البحوث والدراسات الخاصة بتحليل محتوى الإعلام. لأن الرسالة الإعلامية ليست مجرد عنصر من عناصر العملية الإعلامية ولكنها نقطة اللقاء بين هذه العناصر وبعضها فى إطار ما تمثله من أهداف وحاجات لكل من العناصر لدى بعضها .

وتظهر أهمية الرسالة فى العملية الإعلامية فى أنها وعاء اللغة التى لايقف

دورها عند حدود الوساطة بين أطراف عملية الاتصال فى نقل المعلومات، ولكنها تعمل كمثير أو منبه للفرد لتحقيق استجابة معينة . وهذا المنبه لايتوفر فى شكل الرموز اللغوية سواء كانت لفظة أو غير لفظية ولكن فى المعنى والدلالة الخاصة بهذه الرموز عند أطراف العملية الإعلامية .

ولايمكن النظر إلى الرموز اللغوية التى تضمها الرسائل الإعلامية أو محتوى الإعلام، لايمكن النظر إليها باعتبارها أدوات اشارية صريحة ولكن من خلال دلالاتها الضمنية وقدرتها على نقل المعنى المستهدف إلى الآخرين، وكذلك استقبالها بدلالاتها الضمنية حتى يحدث التوافق فى إدراك المعنى والدلالة .

ومن هنا كان الاهتمام المبكر لعلماء اللغة والدلالة وعلم النفس اللغوى بآليات السلوك الخاص ببناء الرمز والدلالة لدى كل من المرسل والمتلقى، واطلق عليها عمليات الترميز *Coding* لدى كل منهما . فكل منهما يعمل كنظام اتصالى مستقل، والرسالة فى النهاية هى النظام الذى يربط بين هذين النظامين .

ومن هنا كانت الجهود المبكرة لخبراء علم النفس اللغوى وعلوم اللغة والدلالة فى صياغة نماذج عديدة لتفسير عمليات استقبال الرموز اللغوية وتفسيرها وصياغة الاستجابة وارسالها مرة أخرى فى اطار نظريات المعنى والدلالة والعمليات العقلية فى اختيار الرموز وبناء وحدات اللغة بما يتفق مع الدلالة والمعنى .

ولم يقتصر الاهتمام فى هذه الجهود على الرموز المكتوبة ولكنه امتد إلى المنظومة كلها، وظهر فى الاهتمام بالصوتيات *Phonetics* وعلم النفس السمعى *Psychocouistics* فى حالات الاتصال المنطوق وفى إطار خصائص بيئة التخاطب.

وذلك بالإضافة إلى نظريات المعرفة الإدراكية وعلاقتها بالنظام الإدراكى والمعرفى الذى كونه الفرد عن العالم المحيط به . ولذلك يأتى صياغة الفرد للرموز اللغوية وتفسيره لها فى إطار المدركات المختزنة لدى الفرد، والتى تسقط دلالاتها على الأشياء والرموز التى يتعرض لها ويستجيب لها كمنبهات على هذا الأساس .

كما اهتمت النظريات والدراسات المتجددة لعلم النفس اللغوى وعلم اللغة بالإجابة على السؤال الخاص بكيفية الوصول بالرسالة الإعلامية إلى تحقيق أهداف القائم بالاتصال، وهو ما يمكن طرحه أيضًا من خلال الأسئلة الفرعية الخاصة باختيار الرموز ودلالاتها، وبناء الرسالة وتنظيمها والمداخل المختلفة الخاصة بهذه الخيارات

وقدرتها على تحقيق الأهداف الخاصة باختيار رموز الرسالة الإعلامية وبناء محتواها .

وكان أيضا الاهتمام بالدلالة والمعنى تطبيقًا لهذه الأفكار والنظريات التى تدرس العلاقة الثنائية بين الرمز والمعنى الذى يستدعيه فى إطار النظريات الخاصة بعلم الدلالة *Semantic* والعلامات *Semiology* التى تهتم بهذه العلاقة الثنائية وبناء التفسيرات الخاصة بالمحتوى اللغوى على أساس هذه العلاقة .

وبالإضافة إلى هذه النماذج والنظريات التى يستفيد بها خبراء الاتصال والإعلام فى دراساتهم لمحتوى الرسالة الإعلامية، ظهرت المفاهيم الخاصة بعملية الترميز والتجربة المختزنة والإطار الدلالى والتجربة المشتركة، وأهمية هذه المفاهيم فى بناء العلاقة بين الرمز والمعنى فى العملية الاتصالية والإعلامية .

وقدمت نظرية معالجة المعلومات *Information Processing Theory* تفسيرا اضافيا لبناء المعنى والدلالة للرموز التى يتعرض لها الفرد فى حياته اليومية وذلك فى اطار الآليات الوظيفية للطريقة التى يقوم بها الفرد لوضع المعانى والتفسيرات الخاصة بالتدفق المعرفى الذى يستقبله فى كل يوم .

واتفاق هذه النظرية مع النظريات المعرفية التى تشير إلى أن الفرد لايتمسك بكل المعلومات التى يتعرض لها ، ولكنه يتجنب البعض منها بناء على آليات التقدير والتقييم لهذه المعلومات وتجعل الفرد يختزن منها البعض وينسى البعض الآخر، وبناء على هذه النظريات نجد الفرد مدركا وواعيا لجزء صغير من المعلومات التى تقدم فى البيئة المحيطة، دون تفرقة فى ذلك بين الرموز اللفظية والرموز المصورة التى تتعامل مع مايسمى بالذاكرة المصورة *Photographic Memory* وتطبيقها على تفسير الرموز بأنواعها التى يقدمها التليفزيون .

وبالإضافة إلى هذه النظريات الخاصة ببناء العلاقة بين الرمز والمعنى اهتمت مداخل أخرى ببناء الرسالة الإعلامية تعتمد على بناء الرموز والمعانى الهادفة وهى المداخل الخاصة ببناء الرسالة الاقناعية. ومايرتبط بها من اتجاهات مختلفة فى اختيار الرموز والمعانى التى تؤثر فى البناء المعرفى أو الوجدانى للفرد وهو مايسمى بالرموز الخاصة بالاستمالات العقلية أو العاطفية أو الوجدانية، واستخدام الرموز الخاصة باستثارة التوقعات الاجتماعية مثل القبول الاجتماعى والاتفاق مع المجموع والاقتداء بالنماذج، ومخاطبة الأدوار والمراكز .

وكذلك دور اللغة فى إعادة تشكيل المعرفة الحالية للأفراد سواء بإنشاء إطار معرفى متكامل باستخدام رموز جديدة وهو مانلمسه بتوسع فى الوقت الحاضر، أو اسقاط معانى جديدة على رموز موجودة فعلا مثل معانى العنف والتمرد على النظم المعارضة فى الوقت الذى تعتبر فيه هذه النظم جزءا من البناء الديموقراطى .

وبالاضافة إلى ذلك فإن بناء محتوى الرسالة وترتيب عناصرها يمكن أن يكون دليلا لبناء التفسيرات الخاصة بالأهداف وطرق تحقيقها من خلال رصد خصائص البناء الذى يشير إلى المعنى العام أو الدلالة الكلية للرسالة الإعلامية ومحتواها .

وفى هذا الاطار يصبح من العبث دراسة الرسالة الإعلامية أو المحتوى فى اطار جزئى، إلا اذا كان هدف البحث هو وصف أسلوب الكاتب أو المرحلة أو الرموز المستخدمة فى شكلها الظاهر دون الوصول إلى عمق المعنى والدلالة الذى يمكن أن يكون ذا علاقات متعددة بعناصر العملية الإعلامية وسياساتها وأهدافها وخصائصها، وهو ما تؤكد على أهمية دراسته فى تحليل محتوى الإعلام .

وما يشير إلى أهمية المدخل اللغوى فى الدراسات الإعلامية هو ازدياد أهمية نظريات التفاعلية الرمزية *Sympolic Interactionism* التى تهتم بطبيعة اللغة والرموز والنظم التى يبنيها الأفراد والمجتمعات للأشياء والاشخاص والمواقف، ودورها فى عمليات التفاعل الاجتماعى فى اطار نظام واحد للرمز والمعنى بما يحقق الاستجابات المشتركة وتوقع استجابات الآخرين فى اطار الثقافة الواحدة .

وكذلك زيادة الاهتمام بالتفاعل الرمزى، والبناء الاجتماعى للمعنى *Social Construction of Reality* وما نتج عن ذلك من الاشارة إلى الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام فى تشكيل الحقائق الاجتماعية ورسم صورة رمزية للواقع الاجتماعى يختلف عن الواقع الحقيقى بقصد التأثير فى مدركات المتلقين واتجاهاتهم .

وعلى الرغم من الجدل والنقاش حول هذه الوظيفة لوسائل الإعلام؛ فإن الحسم يمكن أن يتم من خلال التوسع فى دراسة نظام الرموز والمعانى التى تستخدمها وسائل فى رسم الصور المختلفة للحقائق الاجتماعية ومدى اتفاقها أو اختلافها مع الواقع الاجتماعى الحقيقى .

وعلى الرغم من تبنى العديد من النظريات الخاصة بعلم اللغة والدلالة وعلم النفس اللغوى فى الدراسات النقدية لكشف الصور الزائفة والأدوار التى تقوم بها

وسائل الإعلام لخدمة أصحاب المصلحة وتدعيم الهيمنة على فكر جمهور المتلقين . على الرغم من ذلك فقد وجدت هذه النظريات صدى واسعا فى تبنيها الصور التى ترسمها وسائل الإعلام والدراسات الاسلوبية، ودراسات الرمز والدلالة والعلاقات فى بحوث ودراسات عديدة غير الدراسات النقدية .

ويمكن فى هذا الإطار اقتراح أمثلة للدراسات والبحوث التى يمكن أن يدرسها الباحث مثل :

- رصد الرموز اللغوية السائدة فى محتوى الإعلام فى إطار تحديد الخصائص الثقافية للشعوب والمجتمعات .
- رصد الخصائص الأسلوبية للقائم بالإتصال والوسائل الإعلامية فى إطار وصف خصائص الأفراد والمجتمعات فى مرحلة تاريخية معينة .
- رصد الرموز اللغوية المستحدثة ونظام المعانى المرتبط بها فى المجتمعات الأخرى كمؤشر لعملية التغلغل الثقافى فى المجتمعات .
- بناء العلاقات بين نظم الرموز والمعانى وبين السياسات والأهداف المعلنة والمستترة للأفراد والمؤسسات .
- رسم الخصائص المعرفية لجمهور المتلقين من خلال وصف نظام الرمز والمعنى لدى هذا الجمهور أو فئاته .
- تقييم الحملات الإعلامية من خلال بناء العلاقة بين أهداف القائم بالإتصال، وإدراك المتلقين لها فى إطار النظم المشتركة للرمز والمعنى .
- تقييم الأدوار التى تقوم بها الوسائل الإعلامية أو الأفراد فى نشر الأفكار المستحدثة وعلاقاتها بالمراكز والأدوار والأشخاص، والسياسات وكذلك النظم الإجتماعية وأهدافها .
- تقرير العلاقة بين الصور الرمزية التى ترسمها وسائل الإعلام، والصور الحقيقية للواقع الاجتماعى لدى جمهور المتلقين أو فئاته المختلفة .

وغيرها من الأمثلة التى تؤكد على أهمية التحليل الكيفى لمحتوى الإعلام وتحليل الرموز اللغوية بأنواعها ورصدها وتفسير النتائج فى إطار ما تشير إليه من معان أو دلالات تكشف عن الكثير من حقائق العمليات الإعلامية وعلاقاتها فى الثقافة الواحدة .

سادسًا : مـــدخـــل المارسة المهنية

فى إطار المفهوم المؤسسى السابق الاشارة إليه، يتطلب قيام المؤسسة - كمطلب اجتماعى- وجود المبدأ أو الفكرة العامة أو الهدف من قيام المؤسسة بجانب البناء الذى يعنى فى اطار هذا المفهوم الوسائل المستخدمة لتحقيق الفكرة، ويشمل مفهوم الوسائل المستخدمة الوسائل المادية والوسائل الإنسانية التى تتمثل فى مفهوم القائم بالاتصال فيما يتعلق بالإعداد والانتاج الفنى للمواد الإعلامية بأنواعها بجانب العاملين فى المجالات المساعدة الأخرى والذين يتعاونون مع القائم بالاتصال فى انجاز الأهداف وفى حدود الأدوار والوظائف التى تحددها المواقع التنظيمية للبناء المؤسسى .

وكما يتأثر المنتج النهائى للمؤسسة - المحتوى الإعلامى - بالفكرة والمبدأ، فإنه يتأثر بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية للقائم بالاتصال وخصائصها .

وعلى الجانب الاخر تتأثر الممارسة المهنية بعدد كبير من العوامل مثل: التنظيم الإدارى فى المؤسسة الإعلامية وقنوات الاتصال فى هذا التنظيم، والتأهيل العلمى والمهنى، ثم اتجاهات العلاقات الوظيفية والاجتماعية بين المستويات المختلفة وبين الزملاء، بجانب العوامل المتعددة التى تؤثر فى مستوى الرضا الوظيفى *Job Satisfaction* .

وتعكس - بعد ذلك - اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها قوة المؤسسة الإعلامية ودورها فى المجتمع .

وكما أصبحت السياسة الاقتصادية لمؤسسات الإعلام وتفاعلها مع البيئة الاجتماعية والسياسية مداخل أساسية فى دراسة هذه المؤسسات، فإن البناءات التنظيمية وعلاقات الدور بجانب الممارسة المهنية والحرفية تعتبر مداخل أو اتجاهات أخرى فى البحث والدراسة (*J.Curran, et al.,82:17-20*) .

وعلى سبيل المثال يعتبر التقسيم الداخلى للعمل والأدوار المتبادلة والأهداف المحددة والمتوقعه للمؤسسة، وترجمة هذه الأهداف فى سياسات ونظم للممارسة، والخطوط الواضحة للإتصال التى تمثل التسلسل التنظيمى والعلاقات بين الأدوار التى تعكس التفاعل بين الوظائف المختلفة.... وغيره، يعتبر ذلك من الدراسات

التى تركز على التنظيم الداخلى للبناء والسلوك، بجانب الدراسات الأخرى التي تركز على الامتدادات الخارجية للتنظيم مثل العلاقات بالمصادر والمساهمين والعملاء .

ويلاحظ أن مختلف الدراسات الخاصة بحارس البوابة *Gate Keaper* التى اختبرت تدفق الانباء خلال مرحلة الإعداد والانتاج وكذلك الرقابة هى تمثيل واضح لهذه الدراسات، التى تنظر إلى المنتج الإعلامى كمخرجات للتفاعل بين أعضاء التنظيم فى وسائل الإعلام، ويعتمد هذا التفاعل على الضبط الاجتماعى الناتج عن القنوات غير الرسمية أكثر من الرقابة المباشرة المستمدة من القنوات الرسمية . حيث تنعكس حركة الضبط الاجتماعى على التنظيمات والعلاقات المهنية لأعضائها وتركز على توافق المنتج الإعلامى مع الأهداف الكلية ومع السياسات الإعلامية للتنظيمات التى ينتمى إليها هؤلاء الأعضاء . وهو يشير إلى أن الضبط يمتد من قمة التنظيم إلى أسفل من خلال كل القنوات الرسمية وغير الرسمية، ويشير أيضاً إلى قوة القمة فى التسلسل التنظيمى وعلاقاتها بقوة وسائل الإعلام، ويعنى مستوى الدور والمركز الذى يتمتع به الناشر أو رئيس التحرير فى توجيه حركة الضبط وآثارها على اتجاهات الممارسة المهنية للأعضاء فى التنظيم بأشكاله المختلفة فى المؤسسات الإعلامية .

وبالإضافة إلى ذلك فقد أصبح من الثوابت التقرير بالتأثير الخاص لقرارات الملاك والمديرون على المنتج الإعلامى النهائى، وكذلك تأثير شخصية صانع القرار، والضغط من داخل التنظيم نفسه ومن خارجه، وعديد من العوامل المعلنة والمستترة وخصوصاً فى المؤسسات الكبيرة التى يؤثر فيها القرار على البناء التنظيمى والهياكل البشرية والمالية وينعكس بالتالى على المحتوى الإعلامى مباشرة (*W.PH.Davison ., et. al., 76: 82-5*) .

وتعنى الحقائق السابقة أن الناتج الإعلامى لا يتأثر فقط بالعوامل الخارجية فى البيئة أو السياق الاجتماعى، أو جمهور المتلقين أيضاً، ولكنه يتأثر أيضاً بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية فى المؤسسات الإعلامية، والتى تتأثر هى نفسها باتجاهات التنظيم وبنائه وأهدافه داخل هذه المؤسسات. مما يثير البحث فى هذه الاتجاهات والعوامل المؤثرة فيها، وآثارها فى حركة العملية الإعلامية ومخرجاتها .

ولذلك يمكن استثارة العديد من موضوعات البحث أو مشكلات الدراسة التى

تنتمى إلى مدخل الممارسة المهنية، والتى يمكن تصنيفها فى اتجاهين رئيسيين .

الاتجاه الأول : وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها فى المجالات الفنية والإدارية والمالية، فى اطار وصف الاتجاهات المتميزة للممارسة المهنية فى المجالات المذكورة أو الإعلام البارزين فيها أو فى اطار المقارنة بين المؤسسات الإعلامية .

وهذا الوصف هو الذى يحدد السمات الخاصة بما يمكن أن نطلق عليه المدارس المتميزة فى مجال من هذه المجالات .

ويدخل فى هذا الاتجاه عدد من البحوث والدراسات مثل :

- وصف العقائد والأفكار والمبادئ الخاصة بالقائم بالإتصال والعاملين فى مجالات التنظيم والإدارة .
- وصف التأهيل العلمى والمهنى لهؤلاء الأفراد .
- وصف المهارات المتميزة فى مجالات الإعداد والانتاج بما ينعكس على شخصيه المؤسسة أو الوسيلة الإعلامية .
- وصف الأدوار والمواقع التنظيـمـيـة والمراكـز فى إطار الوصف الكلى للإطار التنظيمى للمؤسسات أو الوسائل الإعلامية .
- وصف الممارسات الإدارية والمالية، واتجاهات صنع القرار فى هذه المجالات .

الاتجاه الثانى : وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها فى اطار العلاقة ،مع غيرها من العوامل الداخلية والخارجية التى تؤثر فى هذه الممارسة، وتأثيرات الممارسة المهنية على المنتج الإعلامى فى النهاية .

ذلك أن الممارسة المهنية- كما سبق أن أوضحنا- هى محصلة تفاعل عدد من العناصر والعوامل التى تبدأ من الالتزام بالفكرة أو المبدأ أو الهدف العام للمؤسسة إلى الضوابط والقيود التى تفرضها العلاقات التنظيمية والأدوار والمراكز المرتبطة بالإطار التنظيمى للمؤسسة .

ولذلك يمكن أن يظهر هذا الاتجاه البحث فى عدد من الموضوعات مثل :

- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها، واتجاهات السياسات المالية والإدارية .
- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها، ومراكز صنع القرار وتأثيراتها وتوزيع الأدوار فى التنظيم .

- العلاقة بين اتجاهات الممارسة ومستواها واتجاهات السيطرة والضبط والرقابة غير المباشرة داخل المؤسسة .
- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها وعلاقاتها بمستوى الرضا الوظيفى بعناصره المتعددة .
- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها بالمنتج الإعلامى وخصائصه واتجاهاته .
- الدراسات المقارنة لهذه العلاقات - التى تمثل الممارسة المهنية طرفا فيها - بين المؤسسات الإعلامية فى النظام الإعلامى الواحد أو بين النظم الإعلامية وبعضها .

وتتميز الدراسة والبحث فى إطار مدخل الممارسة المهنية بالاستفادة من كثير من العلوم والدراسات الانسانية الأخرى مثل الدراسات المالية والإدارية وكذلك الدراسات الخاصة بعلم النفس والاجتماع . خاصة أن العديد من الدراسات الخاصة بمدخل الممارسة المهنية تعتمد بالدرجة الأولى على نظريات الإدارة والسلوك والاجتماع المهنى التى تفيد كثيرا فى إثراء المعارف الخاصة بالعملية الإعلامية فى إطارها التطبيقى .

سابعًا : المدخل التاريخى

تكاد تنفرد الدراسات الصحفية بهذا المدخل دون الدراسات الخاصة بالوسائل الإعلامية الأخرى، وذلك لعدة أسباب منها :

١- إن الصحف قد سبقت الوسائل الإعلامية الأخرى فى الصدور والانتشار لقرون عديدة وأصبحت الآن فى عداد ما يدرس من وقائع وأحداث أو شخصيات تنتمى إلى مراحل تاريخية قابلة للكتابة والتسجيل، بينما الوسائل الأخرى مازالت تنتمى للوقائع والأحداث المعاصرة تقريبا التى لم يحن الوقت بعد لكتابة تاريخها وتسجيله .

٢- إن الصحف فى حد ذاتها كانت فى هذه المراحل شاهدا على الكثير من الوقائع والاحداث التى حدثت فيها وسجلت معظمها ،إن لم يكن كلها بكتابات المراسلين فيها أو المكاتبين لها أو الشخصيات والأعلام البارزين في هذه المراحل.

وبالتالى يمكن اعتبارها من المصادر التاريخية التى يمكن الرجوع إليها فى استعادة هذه الوقائع والاحداث وإعادة تسجيلها .

٣- إن الصحف فى هذه المراحل كانت آداة فى الكثير من الوقائع والأحداث، وساهمت فى حركتها من خلال الإعلام بها أو الدعاية المضادة أو إثارة الجماهير مثل انتقال الشغب والاضرابات من ولاية إلى أخرى . أو كانت آداة فى يد السلطة للضبط والسيطرة والتوجيه .

٤- إن الصحف بما تتميز به من خصائص فى الحفظ واستعادة مابها من معلومات، تعتبر أحد الوثائق التاريخية- وإن اختلفت درجة الإعتماد عليها - التى يمكن الرجوع إليها فى إستعادة أحداث الماضى وشخصياته، وهذه الخصائص لاتتوفر بقدر كاف لشرائط التسجيلات فى الراديو والتليفزيون التى تزداد تكلفة الاحتفاظ بها وتصنيفها وتنظيم الاستفادة منها .

ومن هنا اقترنت البدايات الأولى للدراسات الإعلامية بصفة عامة بالبحث فى مجال الصحافة التى اهتمت بالدرجة الأولى بتاريخ الصحافة، الذى لم يزد عن كونه تسجيلا لتاريخ الصحف أو السير الذاتيه أو التراجم للشخصيات والأعلام البارزين فيها. بالإضافة إلى التسجيل التاريخى لمشكلات الدولة، وتفسير الأفكار التى تدور حول الصحافة، وربما يكون أكثرها هو تاريخ حرية الصحافة والرقابة عليها (*D.P.Nord & H.L.Nelson., In: G.H.Stemple III & B.H.Westley 81:299-300*) .

وفى هذه المراحل المبكرة لارتياد بحوث تاريخ الصحافة، لوحظ أن معظم مؤرخى الصحافة لم يبذلوا جهدا لبناء نظرية للاتصال وكانوا أقل اهتماما بالأبعاد الاجتماعية للاتصال، وتأثير العلوم الاجتماعية كان محدودا مما جعل هذه البحوث الخاصة بتاريخ الصحافة لاتتسم بالطابع الاجتماعى العلمى، ولم تزد البحوث فى هذا المجال عن الإجابة على السؤال «ماذا قالت الصحف عن هذا أو ذاك..؟» وإجابة مجردة من القيمة النظرية .

وما قاله الباحثان نورد ونيلسون فى تقديمهم للبحث التاريخى فى الدراسات الإعلامية ينطبق على وضع الدراسات الخاصة بتاريخ الصحافة فى مصر وأعلامها البارزين . حيث لم تزد عن كونها تسجيلا يفتقد إلى التفسير الاجتماعى للوقائع والأحداث التاريخية الخاصة بتطور الصحافة والصحف والشخصيات البارزة فيها .

وهذه الملاحظات يمكن أن تكون دليلاً إلى تطوير الدراسات التاريخية الخاصة

بالصحف وبالوسائل الإعلامية فيما بعد حتى تكتسب مثل هذه الدراسات القيمة النظرية والعلمية .

والبحث التاريخي النقدي يستلزم استرداد الماضي، بطريقة منهجية، وموضوعية، من خلال تجميع الأدلة وتقويمها والتحقق منها، ثم تركيبها وتوليفها، لاستخلاص الحقائق والوصول إلى خلاصات محكمة .

وبذلك فإن البحث التاريخي لا يتوقف عند حدود إعادة تسجيل ما حدث في الماضي فقط ولكن يمكن أن يقوم بوظائف عديدة تشمل ما يلي (*R.K.Tucker, et. al., 81: 68-9*) .

- التحقق من المعنى أو المغزى أو القصد، وثبات الحقائق الماضية . ربما يريد الباحث التعرف على كيفية تفسير المتلقين لرسالة معينة، أو ما إذا كانت وسائل الإعلام المحلية أخطأت تفسير انطباعات الجمهور .
- تقدير حقائق الماضي .
- دراسة الاتجاهات وحركتها .
- عقد المقارنات بين المتشابهات أو المتباينات .
- دراسة التغير في البناء الاجتماعي .
- دراسة التحول من موقع لآخر . والتغير المرتبط بهذا التحول أو الانتقال من مركز إلى آخر، وذلك بالنسبة للاشخاص والرموز .
- الامداد باختيار متعمق للأحداث الماضية لرسم خلاصات واستنتاجات منها .
- واخيرا التنبؤ، فالباحث يريد التعرف على العوامل الضابطة للتنبؤ بالمخرجات .

وكما يساهم الوعي بالتحفظات التي اقترنت ببحوث تاريخ الصحافة، كما يساعد الوعي بها في تحديد أطر المدخل التاريخي في بحوث الصحافة، فإن ترجمة الوظائف السابقة إلى موضوعات قابلة للبحث والدراسة في مجال تاريخ الصحافة، تسهم أيضاً في زيادة سعة أطر المدخل التاريخي، وتنوعها، بحيث تخدم في النهاية هدف التعلم والاستفادة من تجارب الماضي في تطوير العلاقة بين عناصر العملية الصحفية، وحركتها، وأهدافها في ضوء السياقات المعاصرة .

ويصبح بالتالي معيار اختيار موضوع الدراسة التاريخية، أو مشكلة البحث، هو العلاقة العضوية بين الصحافة والأحداث التاريخية . بحيث يظهر البحث

علاقات التأثير المتبادل بينهما ونتائجها، التى يمكن رصدها وصياغة التعميمات حولها . ويخرج بالتالى من هذا المعيار، الاستفادة المجردة من الصحف، بوصفها مصادر تاريخية ثانوية، فى وصف هذه الأحداث وتسجيلها .

وبهذا يمكن اقتراح العديد من الموضوعات والدراسات التى تشكل أطر المدخل التاريخى فى بحوث الصحافة من خلال النماذج أو الأمثلة التالية :

١- الوصف التاريخى لحركة عناصر العملية الصحفية، وتطورها، خلال المراحل الزمنية المختلفة، مثل :

- وصف تطور المؤسسات الصحفية، واتجاهاتها، وسياساتها، ونظمها أو بنائها الداخلى، واتجاهات الأداء وتقويمه، الذى يرتبط بالفكرة أو العقيدة أو الفلسفة التى تعتنقها هذه المؤسسات .
- وصف الأعلام البارزين فى مجال الصحافة، وكتابة السيرة التاريخية وتسجيل آرائهم وأفكارهم واتجاهاتهم، وبصفة خاصة فى تحديد مسار العملية الصحفية واتجاهاتها .
- الوصف التاريخى للصحف - الوثائق - من حيث المحتوى والشكل، وعلاقة تطورها باتجاهات وأفكار وسياسات وفلسفات المؤسسات الصحفية، والإعلام البارزين فى مجال الصحافة خلال المراحل الزمنية المختلفة .
- وصف العلاقة بين القراء والصحف خلال المراحل الزمنية المختلفة، من خلال رصد المشاركات، والتعليقات، والآراء، والأفكار، التي نشرتها الصحف، فى علاقتها مع أفكار وآراء واتجاهات الإعلام البارزين فى مجال الصحافة، وما قدمته الصحف من مثيرات للقراء للكتابة والتعليق . أو ما قامت به المؤسسات الصحفية، أو الصحف من تغيير أو تطوير، أثار القراء إلى التعليق والمشاركة بالرأى .

وهذه العلاقة هى التى تعكس - تاريخيا - تكامل العملية الصحفية فى الماضى وتجسيد العلاقة بين كافة عناصرها . أو تحقيق الأثار المرتبطة بالأهداف والسياسات والفلسفات الاتى كانت تقوم عليها العملية الصحفية فى الماضى .

ويلاحظ أن هذا الاتجاه فى البحث التاريخى يهتم أساس بالوصف المجرد، أو الرصد المستقل لحركة عناصر العملية الصحفية وتطورها، أو فى علاقتها ببعضها

فى إطار العملية الصحفية ذاتها .

وفى هذه الاحوال تعتبر الصحف مصدرا تاريخيا أوليا لعلاقتها العضوية بعناصر العلمية الصحفية الأخرى، والتى تتكامل معها وتتأثر بها، وتؤثر فيها أيضًا . وتعتبر بالتالى نتائج الرصد وخلاصة التسجيل التاريخى لتطور هذه العناصر، أو علاقاتها ببعضها، ضرورة لتجسيد فكرة التفسير التاريخى لحركة عناصر العلمية الصحفية فى علاقاتها ببعضها .

٢- الوصف التاريخى لعلاقة العملية الصحفية وعناصرها، بالوقائع والاحداث التاريخية، والاستفادة من هذا الوصف فى صياغة التعميمات الخاصة بحركة العلمية الصحفية وعلاقاتها بالسياق الاجتماعى وحركة الوقائع والاحداث فيه .

وهذه الدراسة تعكس إلى حد بعيد البعد الاجتماعى للعملية الصحفية، وحركتها فى الماضى ويتمثل الباحث فى اختيار موضوع الدراسة أومشكلة البحث، يتمثل الباحث الظاهرات المعاصرة، ويعيد دراسة المتشابهات لها فى الماضى مثل :

- دراسة العلاقة بين النظم والسياقات الاجتماعية، فى المراحل التاريخية المختلفة وحركة العملية الصحفية واتجاهاتها .
- ويدخل فى إطار المثال السابق، العلاقة بين المحددات المختلفة للنظم، والسياقات الاجتماعية، ومخرجاتها، من تشريعات وضوابط وسياسات وفلسفات وعقائد، وبين حركة العملية الصحفية واتجاهاتها .
- الدراسات التاريخية لعلاقات الدور، والمراكز، والتأثيرات المتبادلة للمؤسسات، والأفراد . بين كل من عناصر النظم فى المجتمع، وعناصر العملية الصحفية .
- الدراسات التاريخية لدور الصحافة، فى تحقيق الحاجات الاجتماعية، فى المراحل التاريخية محل الدراسة .
- دراسة التغير، أو التحول فى المجتمعات، وتأثيراتها على العملية الصحفية . أو دور الأخيرة فى هذا التغير أو التحول واتجاهه . كما حدث خلال المراحل التاريخية المختلفة .

وبصفة عامة فإن الاتجاه الاجتماعى فى دراسة الظاهرة الصحفية التى حدثت فى الماضى تثير العديد من الموضوعات والدراسات التى تنتمى إلى المدخل

التاريخى . ذلك أن الظاهرة الصحفية سواء كانت معاصرة، أو حدثت فى الماضى، فإنها لاتحدث فى فراغ . ولكنها تدور فى سياق اجتماعى معين ذى محددات خاصة، تعكس تأثيراتها على حركة الظاهرة الصحفية واتجاهاتها، وفى نفس الوقت تتأثر بها، بوصفها عملية اجتماعية تحقق العديد من الوظائف الاتصالية، التى تعمل على دعم هذا السياق الاجتماعى الذى تعمل فيه .

وبذلك يصبح من وظائف البحث التاريخى فى مجال الصحافة، تسجيل ورصد هذه العلاقات والتأثيرات، والخروج بتعميمات حول هذه العلاقات واتجاهاتها، تفيد فى عقد المقارنات بين المراحل التاريخية المختلفة، بما تميزها من نظم أو سياقات اجتماعية . والخروج كذلك بتفسيرات تاريخية لحركة العملية الصحفية وعناصرها . تفيد فى الكتابة العلمية لتاريخ الصحافة .

أما الدراسات التاريخية فى مجالات وسائل الإعلام الأخرى فيصعب اعتبارها صالحة الآن لأن نشاتها وتطورها مازالت حديثة، وبالتالى ما قام من علاقات بها أو وقائع واحداث أو شخصيات ساهمت فى تطويرها مازالت فى طور المعاصرة، ولم تدخل بعد مراحل الغياب الزمنى التى تقتضى الاستعادة والتسجيل من خلال آليات البحث التاريخى . ولذلك لم نكن نبالغ إذ قلنا أن بحوث الصحافة والصحف هى التى تنفرد تقريباً بتوظيف البحث التاريخى وتستفيد من هذا المدخل للخصائص التى ذكرناها بداية .

أما مايتم من رصد لتواريخ النشأة والتطوير فى مجالات وسائل الإعلام الأخرى، فلايزيد عن كونه تسجيلاً حاليا للاستفادة به فى المراحل التاريخية المقبلة وبعد أن تكون هناك حاجة للاستفادة من هذا التسجيل بعد نقده والتحقق من صحته بواسطة الأجيال القادمة .

ثامناً: مدخل تأثيرات الإعلام

يعكس مفهوم الأثر أو التأثير *Effect* جدوى العملية الإعلامية فى إطارها الفكرى والمعنوى، الذى يعتبر قاعدة لاستجابات سلوكية مستهدفة فى اتجاه ما . وهو مايتفق مع تعريف عملية الاتصال وأهدافها بصفة عامة .

ولذلك يصبح التساؤل المطروح دائما فى تخطيط العمليات الإعلامية: ماهو

جدوي العملية بصفة عامة بالنسبة للفرد والمجتمع؟ وما هو العائد المتوقع منها؟ وسواء كان العائد ماديا أو معنويا فإنه يعكس بالتالى حدوث الأثر أو التأثير الناتج عن هذه العملية .

وترجمة مفهوم الأثر أو التأثير بالجدوي أو العائد يوفر للباحث الرؤية المتكاملة والتخطيط السليم للبحث العلمى فى إطار مدخل تأثيرات الإعلام .

والتأثيرات من وجهة نظر المتلقى هى نفسها الوظائف أو الأهداف من وجهة نظر المؤسسات والقائم بالإتصال . فإذا كانت الأخيرة تهدف إلى الإعلام والاخبار فإن السؤال بالنسبة للمتلقى هل علم أو لم يعلم..؟ وإذا كان الهدف بعد ذلك هو تحقيق استجابة ما نتيجة الإعلام والاخبار، فإن السؤال بالنسبة للمتلقى : هل تحققت الاستجابة، وهل قام بأداء سلوكى يتفق مع الهدف؟ .

وهكذا بالنسبة لمختلف الوظائف وكذلك بالنسبة لأنماط الاستجابات السلوكية المختلفة التى تشير إلى حدوث الأثر أو التأثير . وهو مايسهل قياسه فى هذه الحالة فى إطار إجراءات بحثية منهجية هادفة .

وبناء على ذلك فإن التعرض *Exposure* فى حد ذاته بأشكاله المختلفة إلى وسائل الإعلام لايعتبر هدفا للمؤسسات أو القائم بالاتصال، لكنه يعتبرا موشرا أو مقدمه احتماليه لحدوث الاستجابات للرسائل الإعلامية أو تأثيراتها .وباعتباره مرحلة أولية للإدراك والاستجابة تتمثل فى الانتباه *Attention* أو الاهتمام *Inter-rest* يمكن أن يحدث الإدراك بعدها أو لايحدث وبناء عليه تصبح الاستجابة أيضاً احتمالية .

ويأتى مفهوم الاحتمالية أيضاً نتيجة تأثير العمليات العقلية والمعرفية التي يقوم بها المتلقى بعد التعرض لتقرير اختياراته الخاصة باستمرار التعرض والإدراك ثم الاستجابة بناء على تفاعل العديد من العمليات والتأثيرات التى توفر قاعدة لاتخاذ القرار بذلك . ويظهر ذلك فى الكتابات والأدبيات الخاصة بالعمليات الوسيطة التى تؤثر فى تعرض الفرد وإدراكه وتذكره للرسائل الإعلامية. والتى كانت محور العديد من البحوث والدراسات فى الخمسينات والستينات والتى ترجمها كلابر فى عدد من التعميمات التى تفسر عدم قدرة وسائل الإعلام على تغيير الاتجاهات بسهوله (*G.T.Klapper 63:97*) .

وساهمت فى بناء التعميمات المذكورة العديد من النظريات الخاصة بالمعرفة الإدراكية *Perceptual Cognitive Theories* ونظريات تباين الحوافز *Incentive Conflict Theories* ونظرية معالجة المعلومات السابق الاشارة إليها .

وهذه النظريات والتعميمات المرتبطة بها هي التى انتهت إلى أن تأثير وسائل الإعلام هو تأثير محدود، ولايتم بشكل تلقائى مباشر كما كان يسود الاعتقاد فى المراحل المبكرة للدراسات الإعلامية . إلا أنه منذ بداية الستينات بدأت يقترن بإزداد التعرض إلى وسائل الإعلام وبصفة خاصة التليفزيون بعد انتشاره وتطوره، بدأ يقترن بهذا زيادة الظواهر الاجتماعية التي تم الربط بين انتشارها وانتشار التليفزيون وزيادة التعرض مثل زيادة معدلات الجريمة والعنف فى الولايات المتحدة الأمريكية التي بدأت تولى هذه الظاهرة والعلاقات الخاصة بها اهتماما خاصا بها بالبحث والدراسة العلمية المنظمة، والتي أشارت بعض من نتائجها إلى وجود العلاقة الارتباطية فعلا، وهو ما يظهر فى أعمال جيربنر وزملائه فى نهاية الستينات (*G.Gerbener,71*) والتى ضمت حوالى ٦٠ دراسة موزعة فى خمسة مجلدات تحت عنوان التليفزيون والسلوك الاجتماعى . وأشارت نتائج هذه الدراسات إلى تأكيد الأفكار النظرية السابقة الخاصة بقدرة وسائل الإعلام على تقديم صور رمزية للأفراد تختلف عن الواقع الحقيقى، أو قدرتها على بناء واقع اجتماعي تعكسه الصور الرمزية التى تقدمها ويتأثر بها الأفراد .

وهذه الأفكار وإن كانت قد ظهرت من قبل فى كتابات والترليبمان والنظريات الخاصة بالتوحد والتقمص الوجدانى والتفاعلية الرمزية فى كتابات جورج ميد *G.H.Mead* وتشارلز كولى *Ch.H.Cooley* . إلا أن هذه الأفكار بدأت تجد صدى لها فى الأعمال الأخيرة وبدأت تتبلور بناء على ذلك تعميمات وفروض نظرية خاصة بتأثيرات وسائل الإعلام . واجريت العديد من الدراسات العلمية لاختبار هذه الفروض والنظريات فى الغرب وباقى دول العالم . مثل :

- النظريات الخاصة بالتعلم الاجتماعى *Social Learning* ومنها نظرية التعلم بالملاحظة أو من خلال المحاكاة *Social Learning Through Imitation* التى قدمها البرت باندورا *A.Banadora* . وتناولت بالتحديد ملاحظة سلوك الآخرين والمحاكاه واعتبارهم نماذج أو قدوة للسلوك المكتسب أو الاقتداء بالنماذج - النمذجة- *Modeling* التى يمكن أن يكون لها تأثير كبير فى اكتساب الأنماط

السلوكية شأنها شأن الخبرة المباشرة للفرد والمواقف المختلفة . وبناء على ذلك رأى باندروا أن الأطفال والبالغين يكتسبون الاتجاهات والاستجابات العاطفية والأنماط الجديدة من خلال النماذج التى تعرض فى الأفلام والتليفزيون .

- نظرية الغرس الثقافى *Cultivation* التى قدمت أيضاً تطبيقاً للأفكار الخاصة بدور وسائل الإعلام فى تشكيل الحقائق الاجتماعية. وربط جيربنر فيها من خلال مشروعه بالمؤشرات أو المعالم الثقافية، ربط بين كثافة التعرض إلى الرسائل التليفزيونية ومعتقدات الجمهور وأنماط سلوكه الناتجه عن اكتساب الصور الذهينة التى رسمها التليفزيون .

- الفروض الخاصة بتأثير الصحف على ترتيب جمهور القراء لاهتمام بالموضوعات والأفكار والأخبار الصحفية . والتى نتجت عن أعمال ماكومبس وشو فى بداية السبعينات بعد ملاحظة نتائج الانتخابات فى بعض الولايات والمدن . وهى الدراسات التى اختبرت العلاقة بين التغطية الاخبارية وترتيب أجنده الصحف وبين مدركات الجمهور لأهمية هذه القضايا، ووجدت ارتباطا قويا بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام لأهمية التغطية الاخبارية وترتيب الجمهور لها ، مما يدل على صحة الفرض الخاصة بتأثير الصحف على إدراك الجمهور لأهمية هذه القضايا (*M.E.Mc Combs & D.L Show 72*) .

وتعددت كذلك الدراسات التى اختبرت فرض الأجندة *Agenda Setting* ومحاولة الكشف عن المتغيرات التي تؤثر فى بناء أجندة كل من الصحف وجمهور القراء .

- وذلك بالإضافة إلى التأثيرات الأخرى لوسائل الإعلام والتى ظهرت فى الفروض الخاصة بتدعيم الصمت *Spiral of Silence* عند الأقلية المعارضة عند زيادة النشر والإذاعة لكثافة التأيد فى الآراء والمواقف على الجانب الآخر . والتى ظهرت فى أعمال اليزابت نويل نيومان منذ بداية الثمانينات (*E.N.Neumann*) .

وعلق عليها الياهو كاتز (*E.Katz 83:91-7*) باعتبار أن مايحدث يؤدى إلى التأثير فى بناء المجتمع ويضعفه، لأن وسائل الإعلام تميل إلى التحيز فى عرض وتوزيع الرأى العام فى المجتمع وتشويه هذا التوزيع، وتؤدى بالتالي إلى انسحاب

المعارضـه أو من يرون أنفسـهم مـختلفين مع الآراء التى تتبناها وسـائل الإعـلام وتتوسع فى النشر والإذاعة لها .

- الفرض الخاص بظهور الفجوة المعرفية *Knowldge Gap* الذى صاغة تيتشنور وزملاؤه فى بداية السبعينات (*P.J. Tichenor, et al 70*) والذى يقوم على أن طبيعة وسائل الإعلام - باعتبارها مصدرا للمعلومات- تميل إلى الطبقات الأعلى. وبالتالى فإنه يترتب على التعرض إلى وسائل الإعلام فجوة فى المعرفة بين الطبقات الأقل والطبقات الأعلى، حيث تزداد الطبقات الأعلى معرفة فتزداد الفجوة بناء على ذلك .

ومثل هذه النظريات والفروض وغيرها أشارت إلى قدرات وسائل الإعلام فعلا فى خلق صور رمزية للواقع الذى يعيشه الأفراد، واكساب الأفراد أنماطا سلوكيه بتأثير المحاكاه، أو دورها فى التأثيرات على الأفراد بترتيب أجندة اهتماماتهم بالإضافة إلى قدرتها على توفير المعرفة والمعلومات والصور التى تعمل من خلال تشكيل الحقائق الاجتماعية، أو يترتب عليها زيادة المعرفة والمعلومات لدى الفئات الأكثر تعليما والأرقى اجتماعيا .... وغيرها من الفروض والتعميمات التى بدأت تشير أيضًا إلى قوة تأثيرات وسائل الإعلام فى المجتمع .

وعلى الجانب الآخر نجد أن أصحاب النظريات النقدية فى الدراسات الإعلامية لم ينكروا هذا الدور بل يؤكدوه فى دراساتهم ورؤيتهم لهذه التأثيرات . فنجد أن هناك اتفاقا بينهم على أن هناك تأثيرات لوسائل الإعلام يتم استغلالها لتدعيم أفكار واتجاهات جماعات المصلحة أو الفئات المهيمنة فى المجتمع، وأن محتوى الإعلام يميل إلى التغطية غير المتوازنة للعلاقات الإجتماعية لتأكيد هيمنة القوى المسيطرة من خلال نظام للرموز يغرس الأفكار والاتجاهات المواليه لهذه القوى وتأكيد مصالحها . ونجد هذه الأفكار فى أعمال ستيوارت هول فى بريطانيا *S.Hall* وجيمس كران وزملائه *G.Curran, et al* وهربرت شيلر *H.Sheller* فى أمريكا وغيرهم، والتى تعتبر امتداد لأفكار مدرسة فرانكفورت فى المانيا التي قام باعلاء فكرها ماكس هوركيمر *M.Horkheimer* وتيودور أدرنو *T.Adorono* منذ بداية العشرينات من هذا القرن عندما طرحت الأفكار الخاصة بدور وسائل الإعلام فى نشر الثقافة الجماهيرية على حساب الثقافة الرفيعة، واتخاذ الأولى آداة لتدعيم الصفوية أو الأبوية التى تفرضها السلطة أو القوى المهيمنة فى المجتمع .

وعلى الرغم من تباين الاتجاهات بين المدارس المختلفة إلا أنها تكاد تكون قد اتفقت جميعها فى تأكيد تأثيرات وسائل الإعلام ودورها فى إعادة تشكيل الحقائق الاجتماعية، وإن كانوا يتفقون أيضاً على أن الفرد فى جمهور وسائل الإعلام مازال عنيدا ، قد يستمع إلى الفكرة ولكنه يقاوم فى تنفيذها ومن هنا كان التطوير الدائم فى تقديم الصور الرموزية بما يحقق هدف الاستمالة والاستجابة بالتالى .

وهذه النظريات السابقة قدمت فى صياغتها العديد من الفروض التى يمكن اختبارها أو إعادة اختبارها أو الاستفادة منها فى الاقتراب من العديد من المشكلات البحثية فى الدراسات الإعلامية. ومراجعة الباحث لأدبيات هذه النظريات والتعميمات يمكن أن يثير العديد من الأفكار للبحث والدراسة ابتداء من اختبار نفس الفروض إلى نقد النظريات واستثارة فروض جديدة يمكن اختبارها .

التكامل والتجزئ
فى المداخل النظرية
للدراسات الإعلامية

يثير تقديم المداخل السابقة أو محاولة تصنيف الإطار النظرى إلى عدة مداخل، يثير سؤالا حول الأطر النظرية للدراسات الجزئية الخاصة بالعناصر الإعلامية، والتى تسود فى كثير من الدراسات الإعلامية فى مصر والخارج . مثل الدراسات الجزئية لخصائص القائم بالإتصال، أو اتجاهاته أو مهاراته، أو تحليل محتوى الإعلام فى إطار وصف المحتوى الظاهر أو دراسة الحالة للمؤسسات الإعلامية أو وصف خصائص المتلقين على سبيل المثال .

ولذلك نشير إلى أن هذه المداخل النظرية السابق عرضها وإن تعددت فهى تعكس عددا من النظريات والفروض الخاصة بعلوم الاتصال والإعلام والعلوم الانسانية الأخرى . ويمكن للباحث استقاء الجوانب التى تسهم فى تعميق رؤيته للمشكلة العلمية أو طرحه للفروض والتساؤلات، سواء كان البحث يتم فى إطار جزئى أو إطار كلى . فالاستفادة من المدخل الوظيفى يمكن أن تكون فى دراسة المؤسسات ودراسة القائم بالاتصال، بجانب دراسة المحتوى،، ورؤية المتلقين للحاجات التى تعكسها الوظائف المختلفة . هذه الاستفادة يمكن أن تتم أيضاً فى الإطار الجزئى لدراسة كل عنصر علي حدة فى حدود الأهداف البحثية . وكذلك فى

المدخل الاجتماعى حيث يمكن وصف الخصائص والسمات الاجتماعية لكل من القائم بالاتصال، والمتلقى فى اطار الدراسات الجزئية لكل منهما . بالإضافة إلى الاستفادة من مدخل النظم فى دراسة المؤسسات الإعلامية أيضًا . وكذلك الاستفادة من المدخل اللغوى فى دراسة محتوى الإعلام..... وهكذا .

إلا أن توظيف هذه المداخل بشكل منفصل وفى إطار جزئى لايعنى الاستفادة القصوى منها، ذلك أنه يمكن الاستفادة أيضًا بأكثر من مدخل نظرى فى دراسة جزئية لأحد العناصر، مثل مدخل السمات الاجتماعية والممارسة المهنية للقائم بالاتصال، أو المدخل الاجتماعى ومدخل النظم فى دراسة المؤسسات الإعلامية أو المدخل الوظيفى والمدخل اللغوى فى دراسة محتوى الإعلام أو المدخل الاجتماعي ومدخل تأثيرات الإعلام فى دراسة المتلقين..... وهكذا بالإضافة إلى إمكانية دراسة أكثر من عنصر فى اطار مدخل نظرى واحد مثل مدخل تأثيرات الإعلام فى دراسة محتوى الإعلام واستخدامات أو استجابات جمهور المتلقين فى اطار نظرية الغرس على سبيل المثال .

ولذلك فإن عرض هذه المداخل فى إطار منفصل لايعنى تدعيم الاتجاه نحو الدراسات الجزئية، ولكنه يشير الباحث إلى الدراسة المتعمقة فى كل هذه المداخل أو بعضها لتنمية الاتجاه نحو الدراسات الكلية التى تتسم بالتكامل فى دراسة عناصر العملية الإعلامية والتكامل فى التفسير فى إطار هذه المداخل . لأن الظاهرة الإعلامية كما سبق أن ذكرنا فى الفصل السابق تتسم بالتعقيد والتركيب وتعدد العلاقات، مما يتيح ضرورة النظرة الشاملة والكلية للظاهرة فى سياقاتها وعلاقاتها وعدم الاكتفاء بالدراسات الجزئية . مما يفرض بالتالى الاعتماد على عدد من المداخل النظرية فى دراسة الظاهرة الإعلامية تقدم للباحث إطار نظريا وفلسفيا يكون دليلا للباحث فى طرح أفكاره وتصوراته وتفسيراته لحركة الظاهرة الإعلامية وعلاقاتها .



الباب الخامس

التفسير وكتابة تقرير البحث

على الرغم من تعدد المشكلات العلمية وتباين خصائصها وسماتها ومستويات الارتباط والتعقيد فى علاقاتها، إلا أن العمليات العقلية الأولية للاقتراب من هذه المشكلات وصياغة التصورات الخاصة بمقدماتها وعلاقاتها لاتختلف من مشكلة إلى أخرى . وتتمثل هذه العمليات فى عدد من الخطوات المنهجية العامة من خطوات البحث العلمى .

فالباحث يجب أن يبدأ أولاً فى الاقتراب من المشكلة أو الظاهرة العلمية والتعرف على مقدماتها وعلاقاتها، وخصائص البيئة أو السياق الذى تتفاعل فيه المشكلة أو الظاهرة العلمية وتنمو أو تتطور . ثم ينتهى إلى صياغة التصورات أو البناءات الذهنية للحقائق المرتبطة بهذه المشكلة . والتى تخضع للتجريب أو الإختبار بعد ذلك فى خطوات خاصة تتفق مع طبيعة كل مشكلة وأهداف دراستها والحقائق المستهدفة من هذه الدراسة .

وفى إطار خطوات البحث العلمى السابق الإشارة إليها فى الفصل الأول تتمثل الخطوات المنهجية العامة فى الآتى :

أولاً : الاقتراب من المشكلة العلمية أو الظاهرة العلمية وزيادة التعرف على جوانبها والكشف عن علاقاتها حتى تنتهى إلى تحديد واضح وصريح للمقدمات والأسباب أو العلاقات الخاصة بهذه الظاهرة .

وهى الخطوة الخاصة بتحديد المشكلة العلمية .

ثانياً : زيادة التعرف على المشكلة أكثر والإدراك الواعى بإمكانيات الدراسة والوصول إلى قرارات تحديد خصائص السياق أو المجتمع الخاص بالمشكلة واستلهام التصورات الخاصة ببناء العلاقات أو الحقائق الخاصة بها . من خلال التعمق فى **التراث الفكرى وأدبيات البحث السابقة** التى تفيد فى زيادة التعمق بإدراك كافة المفاهيم والحقائق ذات العلاقة بالمشكلة وعناصرها .

ثالثاً : صياغة التصورات الذهنية بالعلاقات بين الحقائق أو البيانات التى تم الاقتراب منها خلال التعمق فى إدراك المشكلة وعناصرها، والتجول الواعى فى أدبيات البحث والتراث الفكرى والإطار النظرى الواسع الخاص بهذه المشكلة وأبعادها . وهذه التصورات التى تخضع بعد ذلك للاختبار أو

التجريب من خلال الإجراءات المنهجية التالية للتأكد من صحتها أو عدم صحتها وتقرير الحقائق النهائية بناء على تطبيق الإجراءات المنهجية التى تبدأ بعد ذلك **وهذه الخطوة هى صياغة الفروض العلمية التى يستهدف الباحث اختبارها ، أو طرح تساؤلات بديلا عنها أو معها بهدف الإجابة عليها .**

رابعًا : تحديد خصائص السياق أو المجتمع الخاص بالمشكلة أو الظاهرة التى يقوم الباحث بدراستها . واتخاذ القرارات الخاصة بإمكانيات الدراسة الكلية لهذا المجتمع أو الاكتفاء بعينات ممثلة لهذا المجتمع فى خصائصه وسماته . وتكون مصدرا للبيانات المستهدفة التى تفيد فى تقرير النتائج والعلاقات بين الحقائق المختلفة . **وهى الخطوة الخاصة بتحديد مجتمع البحث وطريقة اختيار العينات من هذا المجتمع .**

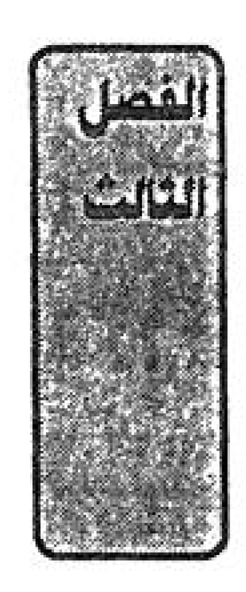
وهذه الخطوات الأربع تمثل الخطوات المنهجية العامة التى تعتبر ضرورة للإقتراب من المشكلة والحقائق المربطة بها ويتناولها هذا الباب فى فصول مستقلة كالآتى :

الفصل الثالث : التعريف بالمشكلة العلمية وتحديدها .

الفصل الرابع : مراجعة التراث العلمى وأدبيات البحث .

الفصل الخامس : صياغة الفروض العلمية والعلاقة بين المتغيرات .

الفصل السادس : نظام العينات .



التعريف بالمشكلة العلمية وتحديدها

يتميز العلم - كما سبق أن أوضحنا - بالتراكم الناتج عن بناءات النظريات والتعميمات التى انتهت إليها البحوث والدراسات السابقة ، أو نتائج الممارسة والتطبيق لهذه التعميمات والنظريات العلمية .

ويتميز الباحث عن غيره بقدرته على الملاحظة الناقدة لهذا التراكم العلمى وتطبيقاته واتجاهات الممارسة العلمية فى مجال التخصص .

ومن خلال هذه الملاحظة يقف الباحث على عديد من معالم النقص أو القصور أو الإنحراف أو الغياب فى المسار العلمى النظرى أو التطبيقى ، الذى يجعل الباحث يشعر بصعوبة ما ، أو يدرك موقفاً ما يتسم بعدم الاتساق ، أو فكرة علمية تحتاج إلى البحث والتقصى لاستكمال جوانبها ، أو تعميما ما يحتاج إلى تدعيم بنائه...... إلى آخره من مما يمكن تصنيفه فى إطار مفهوم المشكلة ، أو الموقف المشكل أو الظاهرة التى تحتاج إلى البحث والدراسة لتجنب هذه الصعوبة ، أو تحقيق الاتساق أو استكمال البحث والتقصى لإستكمال البيانات والمعلومات ، وصياغة التفسيرات والتعميمات .

وعندما تبرز الحاجة إلى دراسة هذه المواقف أو القضايا أو الأفكار أو الآراء من خلال الاسلوب العلمى للوصول إلى نتائج خاصة بها . نكون أمام مفهوم المشكلة العلمية أو الموقف المشكل *Problematic Situation* أو الظاهرة العلمية

التى تعتبر فى تعريف لها : عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو *Phenomena* مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ، ونتائجها الحالية ، وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها فى الإطار العلمى السليم .

ويمكن عرض مفهوم المشكلة العلمية أو الموقف المشكل أو الظاهرة من خلال بعض الأمثلة التالية ، التى نرى أهمية دراستها والوصول إلى نتائج بشأنها تتفق مع خصائص هذا المفهوم .

- حالات ندرة البيانات أو المعلومات الخاصة بالأبعاد النظرية أو التطبيقية للعلوم فى مراحلها المبكرة ، مما يتطلب القيام بدراسات عديدة لوضع أسس الممارسة والتطبيق فى المجالات المختلفة . وذلك مثل الدراسات التاريخية التى اتسمت بها الدراسات المبكرة فى مجالات الصحافة فى معظم دول العالم ، حول ظهور هذه الصحف ، وأسس قيامها ، وتنظيمها وعلاقاتها ، وأنماط الممارسة المهنية وعلاقاتها بالشخصيات أو الوقائع التاريخية . وغيرها من الموضوعات التى يمكن أن تميز فترات النشأة وبدايات التطور .

- أو استخدام مستحدثات اتصالية جديدة لأول مرة، مثل انتشار الفضائيات وأطباق الإستقبال. ويرتبط بذلك الكشف عن أنماط الاستخدام ومستوياته وعلاقاته، وتأثير استخدام هذه المستحدثات على المتلقين أو السياق الاجتماعى العام .

- وكذلك حالات انتشار الصحف الحزبية والمستقلة وتعددها، وما يرتبط بها تطوير اتجاهات القراء والقراءة .

- وقد يرى الباحث انتشار نظريات أو تعميمات حديثة فى مجتمعات أخرى . ولم يثبت بعد إمكانية تطبيقها على المجتمعات المحلية . فيرى الباحث دراستها فى إطار المجتمع المحلى وسياقه الثقافى . مثل تطبيق نظريات التأثير التى قامت على فروض الغرس الثقافى *Cultivation* أو وضع الأجندة *Agenda Setting* . وذلك لمعرفة مدى إمكانية تطبيق هذه النظريات فى مجتمعاتنا أو إختبار فروضها من خلال العلاقة بين وسائل الاعلام وسلوك المتلقين واتجاهاتهم فى الثقافة المحلية .

- وإذا كانت الحالات السابقة تمثل مشكلات غياب المعلومات أو ندرتها. التى ترتبط بالبدايات أو النشأة، فإن هناك حالات تستحق البحث والدراسة وتمثل مشكلة تقوم على ملاحظة الباحث لعدم اتفاق المقدمات بالنتائج مثل : إنتشار الصحف الحزبية والمستقلة مع تزايد العزوف عن قراءة الصحف . أو إنتشار قنوات تليفزيونية متعددة مع عزوف عن المشاهدة ، أو إنخفاض تقديرات المشاهدة . مما يقتضى دراسة الظاهرة فى جانب الأسباب المرتبطة بالمتلقين أو الأسباب المرتبطة بمخرجات الصحف أو القنوات التليفزيونية من جانب آخر . أو دراسة ظاهرة انخفاض قراءة الصحف أو الصفحات الدينية على الرغم من إرتفاع الوعى الدينى فى المجتمع . وغيرها من الظاهرات أو المشكلات التى تعكس عدم الاتفاق بين المقدمات أو الأسباب والنتائج .

- أو يرى الباحث عدم اتفاق النظرية مع التطبيق ، وعلى سبيل المثال تشير فروض ترتيب الأولويات أو وضع الأجندة *Agenda Setting* إلى أن الصحف يمكن أن تؤثر فى ترتيب القارئ لاهتمام بالموضوعات الصحفية بناء على ترتيب تلك الصحف لموضوعاتها . ومع ذلك قد يلاحظ الباحث من خلال تعرضه لعدد من البحوث الخاصة بالاهتمام والتفضيل أو البحوث الخاصة بتحليل محتوى الصحف عدم وجود هذا التأثير ، وإختلاف أجندة القارئ عن أجندة الصحف فى ترتيب الاهتمام والتفضيل .

- وقد تشير مناقشة النظريات القائمة فى الأدبيات العلمية إلى وجود نقص أو قصور فى التعميمات أو أن هناك أسئلة طرحت فى هذه المناقشات لم يتم الإجابة عليها . مثل السؤال المطروح فى فروض وضع الأجندة حول من الذى يقوم بترتيب أجندة وسائل الإعلام ..؟ وهل هناك دور للمتلقين أو تأثيرات فى هذا المجال ..؟ مما يشير الباحث إلى دراسة هذا الموضوع بإعتباره مشكلة تستحق البحث والدراسة .

- وبجانب ذلك فإن التغير والتطور فى الاستخدامات ، أو الحاجات ، أو الاتجاهات أو طرق العرض والتقديم ، أو المحتوى الاعلامى واتجاهاته . هذا التغير الذى يلاحظه الباحث قد يثيره إلى البحث والدراسة لرسم وتحديد الخصائص والسمات الإجتماعية والنفسية للمتلقين ، أو خصائص وسمات المحتوى الإعلامى ، أو وصف نظم الملكية والإدارة وتطورها فى وسائل الاعلام .

- وقد يرى الباحث دراسة العلاقة بين هذه العناصر وبعضها بغرض الوصف أو الخروج بتعميمات حول تأثيرات هذه العلاقات على أطرافها وعلى الغير . مثل دراسة حاجات المتلقين ، وطرق اشباع هذه الحاجات من خلال استخدام وسائل الإعلام فى إطار نظرية الاستخدامات والاشباعات *Uses and Gratification*، النظريات المعرفية *Cognitive Theories* أو نظريات الدوافع *Motives* أو غيرها من النظريات القائمة ، أو الخروج بتعميمات أو نظريات جديدة حول هذه العلاقات .

وغير ذلك العديد من الموضوعات التى تحتاج إلى البحث والدراسة العلمية وتدخل فى إطار مفهوم المشكلة أو الظاهرة العلمية التى يهدف الباحث الكشف عنها أو وصفها ووصف عناصرها أو علاقاتها وتفسير هذه العلاقات أو ضبطها والتوقع بتطوراتها وهو مايترجم أهداف البحث العلمى فى دراسة الظواهر والمشكلات العلمية .

وإذا كانت المداخل التى قدمناها فى الفصل السابق تقدم إجابة على السؤال: ماذا يدرس ...؟ فإنها تكون قد قدمت تصنيفًا منهجيًا للعديد من المشكلات العلمية التى يدرسها الباحث فى إطار مدخل أو أكثر من المداخل المذكورة .

مصادر التعرف على المشكلات العلمية

هناك اتجاهان رئيسيان للتعرف على المشكلات التى تستحق البحث والدراسة

الاتجاه الأول : وهو القراءة المتعمقة والناقدة لأدبيات المجال العلمى العام والخاص ذات العلاقة بتخصص الباحث أو انتمائه العلمى، وتعدد مصادر هذه الأدبيات ومستوياتها . ولكنها يمكن أن تتمثل إجمالا فيما يلى :

- التراث العلمى الذى يضم النظريات والأفكار العلمية للخبراء والباحثين وتطوره، وملاحظة الحدود أو المعالم الخاصة لهذه النظريات والأفكار ، وما يمكن أن تثيره من أفكار وموضوعات متجددة أو متطورة . ونجده فى المراجع *Refrences* والكتب والمؤلفات العلمية التى تنتجها المكتبة المتخصصة من وقت لآخر .
- البحوث المنشورة فى الدوريات العلمية المتخصصة عالميًا ومحليًا ، مثل *Journalism Quarterly - Journal of Broacasting - Journal of Advertising - Public Opinion Quarterly* ...وغيرها من الدوريات الأجنبية وفى

وفى مصر المجلة المصرية لبحوث الإعلام والمجلة المصرية لبحوث الرأى العام*، ومجلة الدراسات الإعلامية والسكان وغيرها من الدوريات والمجلات العلمية التى تصدرها الجامعات والكليات ومراكز البحوث، والتى تضم بحوثًا فى التخصص .

- وقائع المؤتمرات العلمية المتخصصة والبحوث المنشورة فيها .
- بحوث الماجستير والدكتوراه فى التخصص التى تم اجازتها فى الجامعات المحلية والخارجية . والتى يمكن الكشف عنها من خلال الكشافات التى تصدرها الجامعات أو مراكز البحوث .
- مواقع الجامعات أو الكليات أو الموضوعات المتخصصة على شبكة الانترنت التى تقدم عروضًا أو ملخصات ، أو صفحات عن الموضوعات والباحثين والخبراء المشتركين فى هذه الشبكة .

أما الإتجاه الثانى : فهو الملاحظة الميدانية للتطبيقات والممارسات التى يمكن أن تعكس أنماط الممارسة المهنية وإتجاهاتها وتقويمها . وصور العلاقات بين عناصر العملية الاعلامية والقوى المؤثرة فى تخطيط وتنفيذ السياسات والأهداف ومخرجات العملية الإعلامية التى تتمثل فى شكل ومحتوى البرامج أو الصفحات وإتجاهاتها . وتسجيل نتائج هذه الملاحظة بما يمكن أن تثيره من دراسات أو بحوث تدعم نتائج الملاحظة أو تحاول تحليلها وتقويمها .

وذلك بجانب تأكيد نتائج الملاحظة أو البحث فى مقدماتها من خلال الرجوع إلى الوثائق أو سؤال ذوى الخبرة وأصحاب الاختصاص فى مجالات الممارسة المهنية بالمؤسسات الإعلامية .

ويعتبر التعرض المستمر إلى حلقات النقاش والندوات والمحاضرات المتخصصة صورة من صور الملاحظة واستشارة المشاركين فى الموضوعات والأفكار المطروحة والتعرف من خلالها على المشكلات أو الظاهرات العلمية ، أو تطويرها

ويطرح التعرض المستمر للفكر العلمى وملاحظة الممارسة المهنية والتطبيقية سؤالاً أخر: صلاحية إعادة بحث مشكلات علمية سبق دراستها وإنتهى الآخرون إلى نتائج وتعميمات خاصة بها .

---

* مجلة فصلية صدر العدد الأول منها عن مركز بحوث الرأى العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة، مارس ٢٠٠٠ .

وفى هذا الإطار يجب أن نعى أن المشكلات التى سبق دراستها إنتهت إلى نتائج محدودة بحدود الزمان والمكان ، وكذلك خصائص مفردات البحث ، ومناهج الدراسة وأدواتها . بحيث أن إعادة بحث المشكلة فى إطار سياق إجتماعى أو مهنى أو فى وقت آخر أو من خلال استخدام أدوات ومناهج مختلفة قد ينتهى إلى نتائج مختلفة عن نتائج الدراسة الأولى .

وذلك بشرط أن تدعو الحاجة العلمية الملحة إلى ذلك وأن يتأكد الباحث من الوصول إلى نتائج مختلفة تقدم إضافة علمية إلى ماسبق تحقيقة من نتائج .

خطوات تحديد المشكلة العلمية

أولاً : الإحساس بالمشكلة العلمية :

تعتبر الأمثلة التى عرضناها من قبل نموذجًا للأفكار أو المواقف التى يدركها الباحث - من خلال الملاحظة العلمية - على أنها تستحق البحث والدراسة ، والتعرف عليها وعناصرها ، واتجاه الحركة والعلاقات بين عناصرها . والوصول إلى نتائج علمية بخصوصها تتفق وأهداف البحث العلمى .

ويعتبر هذا الإدراك الأولى لوجود مشكلة أو موقف مشكل أو إدراك الباحث أن هناك ظاهرة تستحق البحث والدراسة ، وإدراكها فى إطارها العام ، يعتبر هذا الإدراك الخطوة الأولى فى تحديد المشكلة العلمية والإقتراب منها . وهو إحساس الباحث بوجود مشكلة أو موقف مشكل .

وتتميز هذه الخطوة بالآتى :

- أنها تعتبر إقترابا من الموقف أو الفكرة فى إطارها العام . ونتيجة للملاحظة الأولية للمصادر المختلفة للتعرف على المشكلات .
- إن هذا الاحساس يعتبر دافعًا للباحث إلى تطوير البحث والتقصى فى المشكلة وعلاقاتها بشكل أعمق . ويعتبر الإحساس بالمشكلة بداية الطريق إلى التحديد النهائى للمشكلة وليس نهايته .
- ويترتب على ذلك تهيئة الباحث لإعادة النظر فى المشكلة وبناء العلاقات بين عناصرها ، أو العلاقات مع عناصر أخرى خارجية .
- ضرورة تسجيل رؤية الباحث للمشكلة فى مذاكراته بشكل عاجل ، وتسجيل التطور أو التغير الذى يراه الباحث خاصًا بها ، مادام التفكير فيها مستمرا .

- فى هذه المرحلة ليس هناك ما يؤكد صلاحية الفكرة للدراسة ، بل إن الباحث يجب إن يكون مستعداً لأن يطرحها جانباً والتفكير في غيرها بعد ذلك ، مالم تتوافر لها مقومات الصلاحية للبحث والدراسة ، كما تحددها الخطوة التالية .

وبالتالى فإن الباحث لايقف عند مجرد الاحساس بوجود مشكلة ، ولكن يبدأ فى إتخاذ إجراءات الخطوات التالية لتقرير صلاحيتها وتحديدها فى صورتها النهائية .

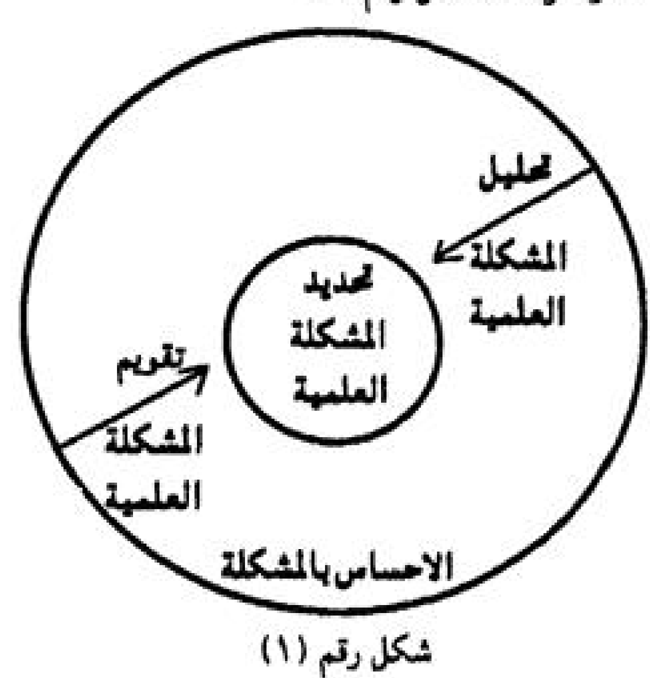
فالباحث قد يلاحظ زيادة تعرض الأطفال لبرامج التليفزيون بمتوسط ساعات يفوق الدول والمجتمعات الأخرى . وتعتبر هذه الملاحظة إحساساً أولياً بوجود مشكلة تطرحها تساؤلات عديدة حول: الأسباب الدافعة لزيادة لتعرض ، أو تأثير هذا التعرض الكثيف على التحصيل الدراسي للطلاب سلباً أو إيجاباً ، أو تأثيره أيضاً على نمط من أنماط السلوك .... وغيرها من العلاقات التى قد يراها الباحث بين التعرض الكثيف والأسباب أو النتائج المترتبة عليه .

ومن خلال التعرض إلى البحوث والدراسات السابقة مثل: قراءة جريدة المدينة السعودية دراسة ميدانية (محمود علم الدين ٩٤)(١) والذى توصل البحث فيه إلى نتائج خاصة بسمات قراء الجريدة اليومية فى المملكة العربية السعودية بصفة عامة وقراء جريدة المدينة بصفة خاصة ، واستخداماتهم للجريدة ، وتفضيلاتهم ، ودوافعهم ، واتجاهاتهم نحو الأداء الصحفى للجريدة . مثل هذا البحث قد يثير لدى الباحثين دافعاً إلى دراسة عدد من المشكلات البحثية التى تنطلق من نتائج هذا البحث . مثل دراسة قراءة الصحف والمجلات الأخرى بالمملكة العربية السعودية، والمقارنة بين سمات قراءة الجريدة اليومية والمجلات الأسبوعية ، وكذلك إجراء الدراسة المقارنة بين قراء الجرائد اليومية فى المملكة العربية السعودية وقراء الجرائد اليومية فى مصر ودراسة معالم الاتفاق أو الاختلاف بين سمات كل منهم ، بالإضافة إلى إمكانية استثارة الرغبة فى الدراسة المقارنة بين دوافع قراء الجرائد اليومية ومشاهدى البرامج التليفزيونية واتجاهات الاستخدام والتفضيل لدى كل منهم ..... وغيرها من البحوث والدراسات التى يمكن أن تستثيرها الدراسات والبحوث السابقة .

---

(١) محمود علم الدين : قراء جريدة المدينة المنورة، بحوث الإتصال، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد ١١ ، يوليو ١٩٩٤، ص ١٦٠ .

مثل هذه الأفكار والموضوعات تمثل إحساسًا بوجود موضوع يستحق البحث والدراسة ينطلق منه الباحث بعد ذلك إلى التحديد الدقيق لمشكلة البحث الذى يقوم على دعامتين أساسيتين ، تمثل كل منها خطوة من خطوات تحديد المشكلة . الأولى وهى تحليل المشكلة العلمية والثانية هى تقويم المشكلة العلمية لتقدير أهميتها وصلاحيتها للبحث والدراسة (شكل رقم١) .



شكل رقم (١)

ثانيًا : تحليل المشكلة العلمية :

بعد أن يستشعر الباحث بوجود مشكلة تستحق البحث والدراسة ، وتتبلور المشكلة فى إطارها العام ، يعتبر المدخل إلى التحديد الدقيق للمشكلة ومعالمها هو تحليل الإطار العام للمشكلة التى إهتدى إليها الباحث .

وتشمل عملية التحليل بشكل عام تجزئ عناصر المشكلة فى إطارها العام ، وعزلها عن بعضها ، وإعادة النظر إلى كل عنصر فى صورته الجزئية ، وفى علاقته مع العناصر الأخرى ، ثم إعادة تركيب هذه العلاقات مرة أخرى فى شكلها النهائى القابل للتطبيق .

ولن يجد الباحث فى التراث العلمى مشكلة علمية فى إطارها العام حتى يهتدى بشكل صورتها الأولية فى هذه المرحلة . مالم تكن هذه المشكلة هى مشكلة يتم إعادة دراستها من جوانب أو إبعاد جديدة كما سبق أن ذكرنا .

ويقوم الباحث فى هذه المرحلة بالإجراءات التالية :

١- عزل عناصر المشكلة ، والنظر إلى كل عنصر فيها فى إطار جزئى . وعلى سبيل المثال نجد أن دراسة تأثير التليفزيون على السلوك اللفظى للطفل تتضمن العديد من العناصر . مثل المرحلة العمرية للطفل/ اكتساب الطفل للسلوك اللفظى بصفة عامة/ مصادر السلوك اللفظى/ كثافة تعرض الطفل للتليفزيون/ مستويات إهتمام الطفل بمفردات البرامج التليفزيونية/ أنماط السلوك اللفظى فى البرامج المفضلة للطفل ..... وهكذا .

٢- تجميع الحقائق الخاصة بوصف هذه العناصر ، والعلاقات الخاصة بهذه العناصر فيقوم الباحث بالتعمق فى أدبيات البحث والدراسات ذات العلاقة ومقابلة أصحاب الاختصاص لتجميع هذه الحقائق والكشف عن العلاقات بين العناصر وبعضها . وذلك حتى يتخذ قراراته بقبول العلاقات الصحيحة ، واستبعاد العلاقات الزائفة . وفى هذه الحالة يطرح مثل التساؤلات التالية :

- هل هناك علاقة بين المرحلة العمرية وإكتساب السلوك اللفظى ؟
- ماهى أنماط السلوك اللفظى المكتسب ؟
- ماهى أنماط السلوك اللفظى الشائع فى بيئة الطفل وبصفة خاصة الأسرة والمدرسة ؟
- ماهى نتائج الدراسة المقارنة بين الوقت الذى يقضية الطفل فى المدرسة أو المنزل أو أمام التليفزيون ؟
- ماهى البرامج أو المفردات التليفزيونية التى يفضلها الطفل ؟
- ماهى أنماط السلوك اللفظى الشائع استخدامها فى هذه البرامج أو المفردات التليفزيونية ؟

ونتيجة الإجابة على مثل هذه التساؤلات من خلال الحقائق التى يقوم بجمعها الباحث، فإنه يبدأ فى ترتيب أهمية هذه العناصر فى وجود المشكلة التى يقوم بتحليلها . وعلى سبيل المثال قد لاتمثل المرحلة العمرية وتباينها أهمية فى هذه الدراسة، لأن الحقائق تشير إلى تزايد اكتساب أنماط السلوك اللفظى مع نمو المرحلة العمرية، فى الوقت الذى تنخفض فيه كثافة مشاهدة التليفزيون مع هذا النمو . وكذلك قد لايمثل إهتمام وتفضيل الطفل للبرامج التليفزيونية أهمية متى تم حصر هذه البرامج فيما يقدم منها موجها إلى كل مرحلة .

بينما تعتبر كثافة ساعات المشاهدة ذات أهمية فى هذه الدراسة، نظرا لارتفاعها مقارنة بالوقت الذى يقضيه الطفل فى المدرسة أو فى المنزل بين الأسرة . ولذلك يبدأ الباحث بالتركيز على أهمية دراسة التباين فى كثافة المشاهدة فى علاقتها مع التباين فى إكتساب السلوك اللفظى من خلال البرامج الموجهة للطفل . مع عزل العناصر الأخرى ، أو ضبطها فى مراحل الدراسة .

٣- يلى ذلك إقتراح تفسيرات خاصة بوجود المشكلة وأسبابها ، وهذا يتم من خلال الصياغة المبدئية للعلاقة بين الحقائق وبعضها أو بين المتغيرات وبعضها . وذلك بعد أن يكون الباحث قد قام بضبط العناصر والمتغيرات الأخرى وعزلها ، وإستبعاد العلاقات التى تشير الحقائق إلى زيفها أو غيابها .

ويمثل هذا الإجراء التحديد شبه النهائى للمشكلة . من خلال صياغة العلاقة بين العناصر القائمة بعد استبعاد غيرها .

وفى المثال السابق نجد أنه تم استبعاد أهمية المرحلة العمرية بالتركيز على المرحلة التى يكتسب فيها الطفل السلوك من خلال المحاكاة ، وكذلك استبعاد تأثيرات الأسرة والمدرسة التى تسير على نهج تعليمى منظم فى التنشئة الإجتماعية وتبقى المشاهدة التليفزيونية . ونظراً لأن المشاهدة التليفزيونية تعتبر سلوكا عاماً بين الأطفال . فإن إقتراح العلاقة يكون بين كثافة المشاهدة التليفزيونية وإكتساب الطفل للسلوك اللفظى . وهذه العلاقة هى التى يركز عليها الباحث فى صياغته لعنوان المشكلة بعد ذلك . وتحديده لباقى الخطوات الإجرائية المنهجية لاختبار صحة هذه العلاقة - كمدخل لتأثير التليفزيون على الطفل - أو زيفها .

٤- ولا يتوقف الأمر عند اقتراح التفسير من خلال صياغة العلاقات الأولية بين السبب والنتيجة ، ولكنه يستمر فى التعمق فى هذا التفسير فى علاقته بغيره من التفسيرات البديلة ، لتنمية هذا التفسير وربطه بالتعميمات والنظريات العلمية والأدبيات المرتبطة . حتى يطمئن تماماً إلى تحديده للمشكلة العلمية عند حدود العلاقة التى قام بصياغتها .

وهذه الخطوات الأربع السابقة تقترب فى إجراءاتها وصياغاتها من الخطوات المنهجية للدراسات الإستطلاعية *Exploratory* أو الاستكشافية *Discovery* أو الصياغية *Foronulative* التى تهدف بالدرجة الأولى إلى الكشف عن المشكلات والظاهرات العلمية وزيادة الاقتراب منها وإدراك أبعادها وعلاقاتها

تمهيداً لتحديدها تحديداً دقيقاً وصياغتها .

وترى من الخطوات السابقة كيف انتقل الباحث من الإحساس بوجود تأثير للتليفزيون على السلوك اللفظى للطفل إلى تحديد المشكلة فى العلاقة بين كثافة مشاهدة برامج الطفل التليفزيونية وإكتساب السلوك اللفظى .

أما المشكلات التى يتم إعادة دراستها فى جوانب وأبعاد أخرى ، تتفق والمعطيات العلمية المتجددة . فإن الدراسة السابقة فى هذه الحالة تعتبر إحساساً بوجود مشكلة فى إطار هذه المعطيات ينطلق منها إلى تحديد المشكلة الجديدة من خلال الخطوات الأربع المذكورة من قبل . وبعد أن يطرح التساؤلات التالية :

- ماهى النتائج التى توصل إليها البحث السابق ؟ .
- ماهى علاقة هذه النتائج بالنظريات العلمية القائمة ؟ .
- ماهى أوجه الاتفاق أو الاختلاف مع المعطيات المستحدثه مثل النظريات والأفكار الحديثة ، التأثيرات المكانية أو البيئية ، التأثيرات الثقافية ، التأثيرات الزمانية ؟ .
- ماهو تقويم الباحث لنتائج البحث فى ضوء هذه المعطيات، وهل هناك قصور أو نقص معين ؟ .
- ماهو المدخل الجديد الذى يمكن أن يتجه إليه الباحث، لإعادة دراسة المشكلة السابقة أو البحث السابق .

وغيرها من التساؤلات التى تسهل على الباحث استنباط مشكلة علمية تتسم بالخبرة فى علاقتها بالمشكلة السابقة ، نتيجة لتغير البحث فى إطار البيئة أو الزمان أو المدخل أو الإتجاه البحثى الذى يراه الباحث جديداً ويضيف إلى المعرفة العلمية فى مجال التخصص كما سبق أن ذكرنا .

وعلى سبيل المثال نجد أن الدراسة الخاصة بنموذج الإهتمام ودوافع القراءة لتقويم الموضوعات الصحفية وتطبيق هذا النموذج على الصحف السعودية(محمد عبد الحميد: ٩٠) قد إستثار البحث فى تطبيق هذا النموذج بمعطياته فى تقويم موضوعات برامج الأطفال فى التليفزيون المصرى فى دراسة (السيد بهنسى٩٥) بعنوان "استخدام نموذج الإهتمام ودوافع المشاهدة فى إتخاذ القرارات الخاصة بتقويم موضوعات برامج الأطفال فى التليفزيون المصرى" وسوف نجد أن الباحث فى

التطبيق قد طرح سؤالاً يدور حول إمكانية تطبيق النموذج السابق تصميمه لتقويم الموضوعات الصحفية على برامج الأطفال فى التليفزيون المصرى . مع طرح العديد من التساؤلات الأخرى حول مواقع الاختلاف والاتفاق بين دوافع الإهتمام بقراءة الصحف ومشاهدة البرامج التليفزيونية ، ومستويات الإهتمام بكل منها ، والفروق فى تطبيق النموذج على مرحلة الشباب فى قراءة الصحف ومرحلة الطفولة فى مشاهدة التليفزيون ، وما يرتبط بهذه التساؤلات من تساؤلات فرعية أخرى تسهم فى تحديد مشكلة جديدة من خلال إعادة دراسة مشكلة علمية سبق دراستها أو تطبيق نموذج فى إطار تطبيقى مختلف[1] .

ثالثًا : تقويم المشكلة العلمية :

لا تقف جهود الباحث فى مرحلة تحديد المشكلة على تحليلها وتجميع الحقائق حولها وزيادة التعمق فى أبعادها وجوانبها العلمية فقط ، لكنه يكون مطالبًا فى هذه المرحلة بالإجابة على السؤال الخاص بمدى صلاحية المشكلة للبحث والدراسة ، وتقرير قيمتها العلمية وأهميتها للباحث والمجتمع ، لاتخاذ القرار الخاص بالاستمرار فى باق الاجراءات المنهجية ، أو تطويرها أو تغييرها .

وهناك عدد من الاعتبارات أو المعايير التى يحكم من خلالها الباحث على مدى صلاحية المشكلة المختارة للبحث والدراسة . وتتلخص هذه المعايير أو الاعتبارات فى علاقة المشكلة بالمجتمع والباحث وحدود الإمكانيات المتاحة لتنفيذ الإجراءات الخاصة بتحقيق أهداف دراستها وهذه المعايير التى يضعها الباحث للحكم على المشكلة ، أو الاعتبارات التى يراعيها الباحث عند اختيارها لاترتبط بمجال معين من مجالات التخصص ، أو مشكلة معينة من المشكلات العلمية . ويتم عرض هذه المعايير أو الاعتبارات فى شكل أسئلة يضع الباحث إجابة لها ، أو يضع تقديراً لهذه الإجابة يمكن من خلاله التقرير بصلاحية المشكلة للدراسة أو درجة هذه

---

(١) راجع بالتفصيل :

- محمد عبد الحميد : نموذج الإهتمام ودوافع القراءة لتقويم الموضوعات الصحفية، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز، مركز النشر العلمى بالجامعة، المجلد٣، ١٤١٠، ١٩٩٠، ص.ص٣٧ - ٦٩.
- السيد بهنسى : استخدام نموذج الإهتمام ودوافع المشاهدة فى اتخاذ القرارات الخاصة بتقويم موضوعات برامج الأطفال فى التليفزيون-دراسة ميدانية ، مجلة البحوث الإعلامية-جامعة الأزهر، العدد ٣، ج٢، يناير ٩٥، ص.ص ١٥٥-١٨٣ .

الصلاحية التى تدفع الباحث إلى الاستمرار فيها .

وتتلخص هذه الأسئلة فى الآتى :

- **ماهى حدود المشكلة أو الموضوع الذى يهدف الباحث إلى دراسته ؟** ذلك أنها قد تكون محدودة جداً لا تمثل نتائجها قيمة علمية . مثل الحدود الجغرافية أو الزمنية لمجتمع البحث فلا يصلح دراسة الرأى العام فى قضية من القضايا العامة من خلال تحديد المجتمع فى العاصمة فقط لأنها لاتكون ممثلة للمجتمع الكل بكل فئاته أو طبقاته التى تهتم بهذه القضية العامة .

وكذلك **لاتكون المشكلة واسعة جداً** لاتسمح جهود الباحث ، أو المؤسسات التى تدعم البحث وامكانياتها بتحقيقها فى الوقت المناسب . ومن الامثلة على ذلك كثرة عدد العناصر والمتغيرات التى يدرسها الباحث ، أو تعدد العلاقات بين هذه العناصر والمتغيرات .

- **ماهو مدى جدة المشكلة العلمية فى علاقتها بالتراث العلمى فى مجال الدراسة ؟** فالمشكلة يجب أن تكون جديدة بالنسبة لما سبق دراسته من مشكلات أو بحوث علمية . حتى يمكن أن تضيف جديدا للمعرفة العلمية المتخصصة . ويجب مراعاة هذا الاعتبار فى المشكلات التى يعاد دراستها من حيث ضرورة توفر شرط الخبرة فى مجال الاختيار أو التكرار كما سبق أن أوضحنا .

- **ماهو مدى أهمية دراسة المشكلة العلمية بالنسبة للمجتمع والبيئة العلمية ؟.** ويضع الباحث فى اعتباره فى تطبيق هذا المعيار أن مفهوم المجتمع يتسع ليشمل المجتمع الكل بالإضافة إلى المجتمع العلمى والمجتمع الخاص بالممارسة المهنية أو التطبيقية متى كانت المشكلة تجمع بين النظرية والتطبيق ، وينعكس هذا التطبيق على استفادة المجتمع الكل من مثل هذه المشكلات وتطبيقاتها . وكذلك استفاده المجتمع المهنى من هذه التطبيقات .

- **ماهو مدى ما تضيفه نتائج الدراسة إلى المعرفة الانسانية ؟** وتتمثل إجابة هذا السؤال فى محصلة إجابة الأسئلة السابقة ذلك أن الجدة وأهميته بالنسبة للمجتمع بأبعاده يعنى بالتالى إضافة إلى المعرفة الإنسانية المتراكمة فى المجالات العامة أو مجالات التخصص .

- **هل تتعارض المشكلة أو طرق دراستها مع المعايير الاجتماعية ،التى استقر**

عليها المجتمع أو الهيئة العلمية ؟ وفى هذه الحالة يجب مراعاة الاختلاف والتباين بين الخصائص الثقافية للمجتمعات ، ويضع الباحث فى اعتباره أن مايصلح للدراسة فى مجتمع ما قد لايصلح فى مجتمع آخر بتأثير المعايير الإجتماعية والثقافية السائدة فى هذا المجتمع .

- **ماهو مدى قابلية المشكلة العلمية للدراسة والتحقيق؟** وهذا يشمل امكانية توظيف المنهج العلمى المناسب وأدواته لتحقيق أهداف الدراسة . وعلى سبيل المثال نجد أن معظم المشكلات الدراسية فى مجال الإعلام يصعب تحقيق أهدافها من خلال التجريب المعملى ، وكذلك فى حالات عديدة ، يصعب إجراء المقابلات أو الملاحظة كأدوات لجمع البيانات بتأثير التقاليد والعادات الإجتماعية مع بعض فئات مجتمع البحث .

- **ماهو مدى اتفاق موضوع البحث أو المشكلة العلمية مع إتجاهات الباحث وأفكاره ومعتقداته ؟** ذلك أن وجود هذا الاتفاق يساعد الباحث على التكيف السريع مع البحث وإجراءاته ومتطلباته . مع مراعاة توفير الضوابط التى توفر الموضوعية وعدم التحيز فى إجراءات البحث وصياغة النتائج .

- **ماهى حدود معارف الباحث ومهاراته فى مجال البحث العلمى بصفة عامة والمشكلة المختارة بصفة خاصة ؟** وإمكانيات تطوير هذه المعارف والمهارات بما يتفق مع حاجات البحث ومتطلباته .

- **ماهى حدود الإمكانيات المادية المتاحة لاجراء البحث وتطبيق أدواته ، وتلبية حاجات هذه الإجراءات والتطبيق ؟** ويدخل فى ذلك صلاحية البيئة الإجتماعية ذاتها لإجراء البحث وتطبيق أدواته . فقد تتوفر كافة الإمكانيات للبحث والدراسة فى المناطق النائية ، بينما لاتسمح الصعوبات الجغرافية بإجراء بحث معين فى هذه المناطق .

- **هل يكفى الوقت المتاح لإجراء البحث والوصول إلى النتائج ؟** وهذا يتفق مع السؤال الأول الخاص بحدود البحث . فالفترة الزمنية المحدودة قد لاتكفى تلبية حاجات الدراسة والتطبيق للمشكلات الكبيرة الواسعة ولذلك يجب أن تتفق الفترة الزمنية وخطة التنفيذ مع حدود المشكلة المطروحة للدراسة .

وبجانب التقدير الذى ينتهى إليه الباحث لصلاحية المشكلة للبحث والدراسة،

فإنه يجب أن يضع فى إعتباره أيضاً قابلية نتائج البحث للتعميم *Generalization* وما يمكن أن تثيره هذه النتائج من بحوث ودراسات أخرى، تهدف فى النهاية إلى تطوير المعرفة العلمية فى مجال التخصص .

عرض المشكلة العلمية
وتحديد أهدافها وأهميتها

تفرض الإجراءات المنهجية على الباحث أن يبدأ بحثه بتقرير موجز ينتهى إلى التحديد الدقيق لمشكلة البحث التى يهدف دراستها .

وهذا التقرير الموجز هو الذى يقدم للمشكلة فى مشروع البحث أو تقريره النهائى، ولذلك فإنه يتم عرض هذا التقرير تحت عنوان مشكلة البحث ، أو مدخل إلى البحث أو مقدمة البحث - يقدم فيه الباحث تعريفاً بالإطار العام أو خلفية المشكلة ، والأسباب الدافعة لدراستها ، وعناصرها أو المتغيرات الحاكمة فيها ، والعلاقة بين هذه العناصر أو المتغيرات ، وكذلك النظريات أو التعميمات التى يستند إليها الباحث فى بناء هذه العلاقات .

ويختم الباحث تقديمه أو عرضه السابق بصياغة للمشكلة العلمية تحدد بدقة الهدف العام من الدراسة ، والمتغيرات التى سوف يدرسها والعلاقة بين هذه المتغيرات ، وإتجاه هذه العلاقة ، أو يحدد النتائج المستهدفة والعلاقات بين هذه النتائج ، ومجالات التطبيق فى حالة الدراسات التطبيقية . ويتم بناء الصياغة وتسجيلها فى نهاية العرض فى شكل من الأشكال التالية :

أولاً : صياغة المشكلة فى جملة أو عبارة تقريرية : توضح الهدف من هذه الدراسة ، أو توضح النتيجة الكلية الذى يسعى الباحث تحقيقها . مثل :

"..... ومن هنا جاءت فكرة الدراسة التى تهدف إلى تقييم التغطية الإخبارية التى قدمها التليفزيون المصرى لأنباء أزمة الخليج . وذلك من خلال ...." (محمد المرسى ٩١)(١) .

(١) محمد محمود المرسى : تقييم التغطية الإخبارية لأنباء أزمة الخليج فى التليفزيون المصري، بحوث الإتصال، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد ٥، يوليو ١٩٩١، ص٣٠ .

"..... التعرف على تأثير التليفزيون على الأطفال من خلال التعرف على اتجاهات الآباء المتخصصين نحو تأثير مشاهدة برامج التليفزيون السعودى على ابنائهم" . (منصور كدسة ٩١)(١) .

"..... الكشف عن حدود تأثير تعرض الطفل المصرى للإعلانات التليفزيونية واتجاهاته نحوه، على سلوكه الشرائى المتمثل فى نوعية تفضيلاته لما يطلبه ويشتريه ومعدل طلبه لها وطريقة طلبه لها "(سامى عبد العزيز ٩١)(٢) .

وهناك من يقوم بعرض المشكلة أكثر تفصيلاً . فيبدأ بعرض جملة تقريرية تقدم إلى مجموعة النتائج المستهدفة التى يسعى الباحث إلى تحقيقها . فبدلا من أن تكون الجملة أو العبارة على - سبيل المثال - شاملة مثل: يسعى هذا البحث إلى دراسة خصائص قراء الصحف واتجاهات الاهتمام والتفضيل . فإن الباحث يقوم بتفصيل هذا الهدف إلى عدد من النتائج المستهدفه تفصيلاً . مثل دراسة (زامل أبو زنادة وحمزه بيت المال ٩١)(٣) التى لخصها فى الآتى : يعالج هذا البحث موضوع استخدمات الأطفال للڤيديو في المملكة العربية السعودية - كما يقدم رؤية تحليليه لأثاره الناجمة عن تلك الاستخدامات ، وتنحصر مشكلة البحث فى الكشف عن التالى :

- معدلات استخدام الأطفال لأجهزة الڤيديو اليومية والأسبوعية خلال العطلات الاسبوعية .
- نوعية البرامج الأكثر تفضيلاً لدى الأطفال .
- أكثر الفترات اليومية شعبية بين الأطفال .
- نمط الاستخدام الشائع ومدى استخدامهم للڤيديو فى تسجيل برامج من قناتى التلفاز السعودى .

---

(١) منصور كدسة : اتجاهات الآباء المتخصصين نحو أثر التليفزيون على الابناء؛ دراسة تطبيقية على حملة درجة الدكتوراه فى الإعلام والتربية، المرجع السابق، العدد٦، ديسمبر ١٩٩١، ص٧٦ .

(٢) سامى عبد العزيز : تأثير الإعلان التليفزيونى على السلوك الشرائى للطفل، المرجع السابق ، ص١٩٣ .

(٣) زامل أبو زنادة، وحمزة بيت المال : الڤيديو وآثاره على الأطفال فى المملكة العربية السعودية، نفس المرجع السابق، ص١٠١ .

- الآثار الناجمة عن استخدمات الأطفال للڤيديو .

وقد تزيد أو تقل عن ذلك ولكنها تقدم ملخصاً لمجموعة النتائج المستهدفة يعرضها الباحث فى نهاية تقرير العرض والتقديم للمشكلة .

ولكننا نرى أن هذا العرض التفصيلى سيكون بديلاً عن تحديد الأهداف الخاصة بدراسة المشكلة التى يمكن أن تتفق فى صياغتها مع هذه الصياغة التفصيلية .

ويصبح أمام الباحث إما أن يغفل تسجيل أهداف البحث وهذا يشكل تحفظا على صورة عرض المشكلة العلمية التى يعتبر تحديد أهداف دراستها جزءاً أساسيا منها، أو يقوم بتكرار هذا التفصيل مرة أخرى فى البند الخاص بأهداف البحث أو الدراسة وهذا سيعتبر تكرارا لاحاجة للبحث به .

ولذلك فإننا نفضل الاكتفاء بجملة تقريرية شاملة لعناصر المشكلة العلمية وعلاقاتها فى شكلها النهائى .

ثانيًا : صياغة المشكلة فى شكل سؤال رئيسى : يطرح الباحث فى نهاية تقديم وعرض المشكلة وجوانبها سؤالاً يلخص هدف البحث ، أو يسعى إلى إجابة تلبى حاجة البحث . مثل :

" ... التساؤل الرئيسى الذى يحدد مشكلة البحث هو : ماهى اتجاهات جمهور المستمعات والمشاهدات نحو برامج المرأة المقدمة من الراديو والتليفزيون" (محمد نبيل طلب ٩٤)(١) .

"يتمثل الموقف المشكل الذى تبحث فيه هذه الدراسة فى تساؤل محدد : هل استطاعت صحيفة الأهرام تحقيق التكيف الاخراجى مع القطع الجديد؟ وهل نجحت فى تلافى الآثار الجانبية لهذا القطع؟(أشرف صالح ٩٢)(٢) .

وقد يلخص الباحث المشكلة فى سؤال رئيسى وعدد من الأسئلة الفرعية ، أو يستبدل عدداً من الأسئلة بالسؤال الرئيسى .

مثل : .... وتسعى الدراسة إلى الإجابة على السؤال التالي : ماهى أنماط استخدام أطفال الريف لوسائل الإعلام ؟

---

(١) محمد نبيل طلب : اتجاهات المرأة السعودية نحو برامج المرأة بالراديو والتليفزيون، بحوث الإتصال، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد١١، يوليو ٩٤، ص١٣٠ .

(٢) أشرف صالح : إخراج القطع المعدل لصحيفة الأهرام، بحوث الإتصال، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد٧، يوليو ٩٢، ص١١٧ .

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيسى عدداً من الأسئلة الفرعية هى :

- ماهو ترتيب اهتمام طفل الريف بوسائل الإعلام ؟ .
- هل يختلف هذا الاهتمام باختلاف النوع والسن ؟
- ماهى أنسب الأوقات المفضلة للطفل لاستخدام وسائل الإعلام ؟
- ماهو الوقت الذى يقضيه الطفل فى استخدامه كل وسيلة من وسائل الإعلام ؟
- ماهى الموضوعات المفضلة لدى الطفل ؟
- هل يختلف هذا التفضيل باختلاف النوع والسن ؟

وهكذا تتعدد الأسئلة الفرعية بتعدد النتائج المستهدفة ، وقد يلجأ الباحث إلى تفصيل أكثر من هذه الأسئلة ، بينما قد يجمع آخر كل فئة من المعلومات المستهدفة فى سؤال واحد مثل السؤال عن كل من النوع ، والسن ، والتعليم فى أسئلة منفصلة ، أو يجمع هذه الفئة معا فى سؤال واحد حول الخصائص أو السمات العامة أو الأولية أو الديموغرافية .

ولكننا نرى نفس الرأى الذى ذكرناه فى تفضيل الجملة التقريرية، فإن الأسئلة الفرعية فى هذه الحالة قد تكون أو تفهم على أنها بديل للتساؤلات المنهجية فى غير موقعها من المشروع أو التقرير النهائى . لأن طرح الأسئلة الفرعية فى هذا الموقع يكفى الباحث طرح التساؤلات المنهجية فى موقع الفروض أو التساؤلات التى يتم تقويم النتائج فى علاقتها بها .

ولهذا فإننا نرى أيضًا الاكتفاء بعرض المشكلة إما فى جملة تقريرية شاملة أو سؤال رئيسى فقط، وطرح التساؤلات أو الأسئلة في موقعها بعد الإنتهاء من عرض المشكلة وأهداف دراستها وأهميتها .

وعلى الرغم من أهمية التحديد النهائى لمشكلة البحث فى نهاية تقديم المشكلة فإن الكثير من الباحثين يغفلون هذا التحديد ، إعتقادا بأن التقديم العام قد أوضح المشكلة أو ما يهدف الباحث دراسته ، وهذا خطأ بالغ : لأن التحديد النهائى للمشكلة يعيد عرضها فى شكل موجز يربط بين التقديم ومايليه من أجزاء أخرى فى مشروع البحث أو تقريره بوضوح كامل .

لأن العرض الموجز للمشكلة هو الذى يقود إلى الأهداف التى يسعى الباحث

إلى تحقيقها ، وهذه الأهداف هى التى يصيغ من خلالها الباحث العلاقات الفرضية التى يسعى إلى اختبارها أو التساؤلات التى يسعى إلى الإجابة عليها .

ولذلك فإن العرض الموجز للمشكلة فى جملة أو عبارة تقريرية ، أو سؤال رئيسى أو غيره من الصيغ المختلفة لعرض التحديد النهائى للمشكلة يسبق مباشرة أهداف دراسة المشكلة العلمية ، التى يلخص الباحث فيها الأهداف التى يسعى إلى تحقيقها من خلال دراسة هذه المشكلة . والتى لاتخرج عن الأهداف العامة للبحث العلمى فى إطار البعد النظرى والتطبيقى الخاص بالمشكلة التى يدرسها الباحث . ولذلك فإن تحديد الأهداف التى يسعى البحث إلى تحقيقها يتم صياغتها فى جمل أو عبارات تقريرية متعددة تبدأ عادة بكلمات الكشف عن ..../ التعرف على ..../ تفسير ..../ إختبار العلاقة ...../ التنبؤ بـ .... وهى نفسها أهداف البحث العلمى، التى سبق أن قدمناها فى الفصل الأول ويتم إعادة صياغتها بما يتفق مع طبيعة الدراسة وأهدافها الخاصة .

ويتم بعد ذلك أيضًا عرض جوانب الاهمية فى الدراسة، التى تشير إلى قيمة الدراسة بالنسبة للمجتمع، والمعرفة العلمية، والممارسة المهنية، وكذلك المعرفة الانسانية بصفة عامة. بالإضافة إلى مايمكن أن تثيره الدراسة من قضايًا أو أفكار علمية أو مهنية أخرى، أو مايمكن أن تسهم به الدراسة فى حل القضايا أو المشكلات الأخرى، أو ما تحققه من اقتراب أو ارتباط بالعلوم الأخرى . وغيرها من المعالم التى تعكس اهمية الدراسة. **ولذلك نشير إلى أن عرض المشكلة يتضمن الآتى :**

- المقدمة العامة .
- الجسم الذى يوضح الأسباب الدافعة ، والعناصر أو المتغيرات الحاكمة فيها ، ورؤية الباحث لهذه العلاقات من خلال الإطار النظرى ثم الهدف العام من بناء هذه العلاقات .
- خاتمة تعرض المشكلة بشكل محدد فى صيغة من الصيغ سابقة الذكر .

ويلى ذلك مباشرة وتحت عناوين مستقلة .

- أهداف الدراسة أو البحث .
- أهمية دراسة المشكلة أو البحث .

وذلك فى شكل تز. . إلى . مع مراعاة أن تسجيل أهداف الدراسة / وأهميتها وإن كان يتم عرضه فى شكل مستقل إلا أنه يعتبر جزءاً من العرض المنهجى العام لمشكلة البحث . ولذلك يراعى الاتساق الكامل بين التعريف بالمشكلة وأهميتها وأهدافها فى كل من مشروع البحث أو تقريره النهائى .

صياغة عنوان المشكلة العلمية

يعتبر عنوان البحث أو المشكلة التى يقوم بدراستها ، تحديداً آخر للمشكلة يتصدر العرض المنهجى العام لمشروع البحث أو التقرير النهائى . ويشير العنوان فى صياغته أو بنائه إلى المشكلة العلمية وعناصرها ومتغيراتها والعلاقات بين هذه العناصر أو المتغيرات ومجالات التطبيق أو التجريب ، فى صياغة موجزة ، قد تتفق فى تكوينها مع صياغة تحديد المشكلة ، أو تعتبر إختصارا لها أيضًا ، خصوصًا فى الحالات التى يتم فيها صياغة المشكلة فى عبارات تقريرية مطولة ، أو أسئلة فرعية متعددة .

ففى دراسة (أشرف صالح ٩٢)(١) بعنوان "إخراج الصحف بدولة الإمارات: دراسة مقارنة" قام بتحديد المشكلة فى شكل سؤال رئيسى أكثر تفصيلا من هذا العنوان وهو ..... يتمثل الموقف المشكل فى هذه الدراسة والذى تسعى إلى تفسيره فى ماهية الدور الذى تلعبه المنافسة بين الصحف فى دولة الإمارات ، والتأثير على الطابع الإخراجى لهذه الصحف .

وفى الدراسة السابق تقديمها (زامل أبو زناده وحمزه بيت المال) كان عنوانها "الفيديو : استخداماته وتأثيراته على الأطفال فى المملكة العربية السعودية" بينما كان تحديد المشكلة أكثر تفصيلا من ذلك كما سبق أن رأينا .

ويتميز عنوان المشكلة العلمية بالآتى :

١- **الإيجاز** : حيث يتم صياغة العنوان فى جملة أو عبارة واحدة ، تقدم رؤية شاملة لجوانب البحث وأبعاده .

---

(١) أشرف صالح : إخراج الصحف بدولة الإمارات العربية المتحدة : دراسة مقارنة، بحوث الإتصال، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد٨، ديسمبر ٩٢، ص٥٦ .

٢- **الشمول** : وفى نفس الوقت لايؤثر الإيجاز على ضرورة ذكر عناصر المشكلة أو متغيراتها والعلاقات بينها ، ومجال التطبيق .

وهاتان السمتان يفرضان أن يتضمن العنوان مايلى :

- عناصر المشكلة التى يقوم دراستها أو المتغيرات الحاكمة فيها .
- العلاقة بين هذه العناصر والمتغيرات ، التى يهدف الباحث دراستها .
- الإطار البشرى للبحث والذى يوضح مجتمع البحث أو مفرداته البشرية .
- الإطار الجغرافى للبحث الذى يوضح ميدان أو مكان التطبيق أو التجريب.
- الإطار الزمنى . خصوصاً فى الدراسات التاريخية .
- الإطار الوثائقى الذى يوضح مجتمع البحث أو مفرداته من الوثائق ، ففى بحوث الصحافة تعتبر الصحف وصفحاتها ، الإطار الوثائقى للدراسة ، وفى الراديو والتليفزيون تعتبر تسجيلات البرامج كذلك .

ولايعنى مبدأ الشمول ضرورة وجود كل هذه العناصر فى بناء العنوان ، حيث يرتبط ذلك بطبيعة البحث وأهدافه .

٣- **ترتيب بناء العنوان طبقاً للقواعد اللغوية والمنهجية معاً** . فلايجوز تأخير العناصر أو المتغيرات الفاعلة عن غيرها . أو تقديم مجال التطبيق عن بناء العلاقات بين العناصر .

٤- **تجنب الغموض فى بناء العنوان** : والأسباب التى تؤدى إلى هذا الغموض مثل الأسباب المرتبطة باللغة كالتقديم التأخير أو استخدام المبنى للمجهول ، أو استخدام الكلمات أو الالفاظ الانشائية أو التعقيدات اللفظية أو الكلمات المهجورة على سبيل المثال : وكذلك استخدم المصطلحات والمفاهيم الواضحة والصريحة وغير الخلافية .

٥- **تجنب التحيز فى بناء العلاقات ، أو تقرير النتائج بشكل نهائى فيها** . حيث أن العنوان يشير إلى منهج العمل والأهداف أكثر منه إشارة إلى النتائج أو التعميمات .

٦- **مراعاة الجوانب الأخلاقية والضوابط الاجتماعية** . فى اختيار الكلمات أو بناء العبارات .

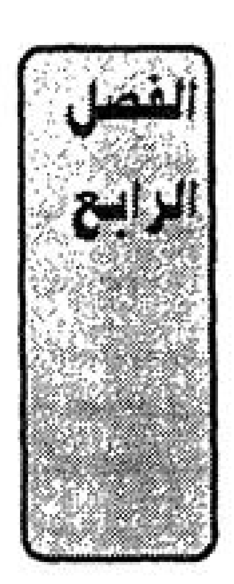
٧- الفصل فى بناء العنوان بين ما يشير إلى العلاقات ، أو يشير إلى الأداء ، أو المجالات . ويمكن بناء العنوان فى هذه الحالة فى أسطر متتالية .

علاقة الطفل المصرى بالصحف والمجلات العامة .

دراسة للجمهور والسلوك الاتصالى (راجية قنديل ٩٨)(١)

٨- تخليص العنوان من الاشارات الزائدة . التى توضح المعنى أو الاسلوب أو استخدام الأدوات أو العينات . مثل أوصاف : دراسة ميدانية / دراسة تحليلية/ دراسة مقارنة لأن مهارة بناء العنوان تظهر فى توضيح هذه الأمور دون حاجة إلى الإشارة إليها صراحة .

(١) راجية قنديل : علاقة الطفل المصرى بالصحف والمجلات العامة : دراسة للجمهور والسلوك الإتصالى، القاهرة، الشركة المتحدة للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٨ .



الفصل الرابع

مراجعة التراث العلمى وأدبيات البحث

على الرغم من أن هذه الخطوة يتم تسجيلها فى مشروع البحث أو خطته ، كخطوة تالية للكشف عن المشكلة العلمية وتحديدها ، إلا أنها فى مسار الإجراءات تعتبر مهمة مستمرة للباحث ، تبدأ بوميض فكرة البحث وتستمر معه حتى الانتهاء من تفسير النتائج التى انتهى إليها البحث .

ومراجعة التراث العلمى أو أدبيات البحث *Reviewing the Literature* ، أو *Literature Reviewr* هى التى يطلق عليها فى بحوثنا العربية "الدراسات السابقة" *Previous Studies* أو الدراسات المرتبطة *Related Studies*، وقليل من يطلق عليها أدبيات البحث .

ذلك أن مفهوم التراث العلمى أو أدبيات البحث أوسع أو أشمل من مفهوم الدراسات السابقة أو الدراسات المرتبطة لأن مفهوم السبق أو الارتباط ينسب إلى موضوع أو مشكلة البحث بالتراث . بينما أن التراث العلمى أو أدبيات البحث يتسع ليشمل المجال العام والخاص الذى يثرى البحث وفكر الباحث واتجاهاته نحو المشكلة وخطوات حلها والوصول إلى النتائج المستهدفة ، واتجاهات تفسير هذه النتائج .

وبينما يتسع مفهوم أدبيات البحث ليشمل كلاً من الدراسات السابقة والدراسات المرتبطة فإن هناك فارقًا جوهريًا بين مفهوم الدراسات السابقة والمرتبطة.

فالدراسات السابقة تشير إلى الدراسات التى درست نفس المجال الخاص

للمشكلة التى يقوم بدراستها الباحث ، بحيث تمثل بالنسبة للمشكلة المطروحة قاعدة معرفية أولية لها ، وتمثل نتائج المشكلة المطروحة إضافة مباشرة إلى نتائج الدراسات السابقة . ولذلك تظهر أهميتها أكثر فى تطوير المشكلة العلمية ، أو الفروض البحثية، وصياغة الإطار النظرى وتفسير النتائج الخاصة بالبحث .

فالدراسات السابقة تأخذ هذا المعنى متى كان اهتماها بنفس المجال البشرى للدراسة الحالية : دراسات اعلام طفل القرية على سبيل المثال ، أو نفس الفترة الزمنية : مثل الدراسات الصحفية الخاصة بالمرحلة التاريخية التى مهدت لقيام ثورة يوليو ٥٢ ، أو نفس الحدود المكانية متى كانت ذات مميزات خاصة مثل نشر الأفكار المستحدثه بين قرى جنوب الوادى على سبيل المثال . وكذلك نفس الوسيلة الإعلامية صحيفة أو محطة راديو ، أو قناة تليفزيونية . بالإضافة إلى الاهتمام بنفس الموضوع مثل دراسة التأثير فى تطبيق نظريات الغرس الثقافى *Cultivation* أو وضع الاجندة *Agenda Setting* ....وهكذا .

أما الدراسات المرتبطة : فتلك التى يكون اهتمامها بالمجال العام بالنسبة للبحث أو المشكلة المطروحة وعناصرها . فدراسات اعلام الطفل بصفة عامة هى دراسات مرتبطة بالنسبة لدراسات طفل القرية على سبيل المثال ، وكذلك الدراسات الصحفية التاريخية بصفة عامة بالنسبة للدراسة السابقة .... وهكذا . ومثل هذه الدراسات تسهم أكثر فى ارشاد الباحث إلى الخطوات والإجراءات المنهجية ، وأسلوب العينات ، وتصميم أدوات البحث واستخدامها . وقد تسهم فى أحوال معينة فى اثراء البعد النظرى لبناء المشكلة أو تفسير النتائج بالإضافة إلى دورها كمرشد فى الرجوع إلى دراسات أخرى .

ولذلك تحتل الدراسات السابقة اهتمامًا كبيرًا من الباحثين وتعمقًا أكبر فى الرجوع إلى تفصيلاتها ونتائجها وعرضها فى أدبيات البحث .

ويحتاج الباحث لمراجعة أدبيات البحث إلى عدد من المصادر تنقسم إلى :

١- المراجع العامة *General References*. والتى يبدأ بها الباحث للتعرف على باقى المصادر الخاصة بالمشكلة البحثية، مثل الكتب ، والمقالات والملخصات والموسوعات، والفهارس ، والوثائق الأخرى التى ترتبط مباشرة بمشكلة البحث .

٢- المصادر الأولية *Primary Sources* . وهى التى تبحث مباشرة فى موضوع

البحث ، وتتميز التقارير المنشوره فيها بأنها نتاج خالص للملاحظة الشخصية المباشرة للباحثين وأعمالهم ، مثل المجلات العلمية المتخصصة .

٢- المصادر الثانوية *Secondary Sources* . وتشمل المطبوعات والاصدارات التى تعتمد تقارير أو موضوعات لم يتم كتابتها بملاحظة وقائعها بشكل شخصى ومباشر ، ولكنه اعتمد على نتائج أعمال الآخرين فى تسجيل تقاريره العلمية فى هذه المصادر . مثل الكتب الدراسية *Text book* ، والموسوعات ، والكتب السنوية .

وبالتالى لايمكن الكشف عن التغيير أو التعديل الذى قام به الباحث أو المؤلف على أصول المعلومات أو النتائج التى أعاد عرضها فى هذه المصادر الثانوية .

ويحتاج الباحث إلى هذه الأنواع معًا ، مع تباين أهميتها ، ودرجة الاعتماد على بياناتها ، والتأكيد على استخدام كل نوع منها حسب هذه الأهمية . فالمراجع العامة يمكن أن تكون دليلاً ومرشداً لغيرها من المصادر ، والمصادر الثانوية قد تفيد فى تقديم معلومات أكثر تفصيلاً ، وتوفر على الباحث ، جهود بناء العلاقات بين أعمال الباحثين - أصحاب المصادر الأولية - ونتائجها ، إذا قامت بتقديمها المصادر الثانوية .

أهمية مراجعة أدبيات البحث

تتلخص الأهمية العامة لمراجعة التراث العلمى وأدبيات البحث فى اكتساب الباحثين خبرة الباحثين فى البحث العلمى، والاستفادة بنتائجهم فى تطوير المشكلة، وبناء إطار نظرى كاف لصياغة العلاقات الفرضية وتفسير النتائج .

وهذه الأهمية يعكسها عدد من الوظائف والأدوار التى تقوم بها دراسة أدبيات البحث ومراجعتها يتمثل فى الآتى: (ل . ى . جاى ٩٣ : ٤٨ - ٥٠) (*W.R.Borg- M.D.Gall 83:143-145*) .

- يتصدر هذه الوظائف زيادة الاقتراب من المشكلة التى يدرسها ، فى علاقتها بالأدبيات السابقة ، وتحديد موقع هذه المشكلة منها . بما يؤدى إلى مزيد من تطوير المشكلة وتحديدها .
- التعمق فى الدراسات السابقة يزيد اقتراب الباحث من كل أو معظم المداخل

البحثية.فيختار منها مايتفق مع طبيعة المشكلة وأهدافها، ويتجنب مالا يناسب أو غير المثمر منها. أو يساعده على استخدام مداخل جديدة. للبحث والدراسة .

- مراجعة هذه الدراسات يجنب الباحث التكرار غير المقصود ، ويجنبه أيضًا أخطاء الباحثين السابقين ، سواء في الاقتراب من المشكلة ، أو اختيار المداخل أو تحديد الاجراءات المنهجية .
-تقدم هذه المراجعة اطارا نظريًا يسهم فى صياغة العلاقات الفرضية أو تطويرها
- تسهم أيضًا فى إكساب الباحثين مهارات البحث العلمى وتوظيف المناهج العلمية وأدوات القياس .
- تفيد هذه المراجعة أيضًا والتعمق فى نتائج الدراسات السابقة وتعميماتها فى بناء اطار نظري يسهم فى تفسير النتائج وعقد المقارنات وصياغة تعميمات مضافة إلى المعرفة العلمية .
- وبجانب ذلك فإن هذه المراجعة تجعل الباحث يقف على كافة الأراء الأخرى فى مجال البحث التى تقف فى مجال المعارضة أو النقد ، فتثرى بالتالى مناقشاته وتفسيراته وأحكامه العلمية .
- يؤدى إدراك الباحث لنتائج الدراسات السابقة وتوصياتها ، إلى الاهتمام بعنصر الجدة فيما يصدره من توصيات ، أو مايثيره من بحوث جديدة أخرى. ترتبط بنتائج دراسته وتعميماتها .

خطوات مراجعة أدبيات البحث

على الرغم من أهمية المصادر الأولية فى تحقيق أهداف مراجعة أدبيات البحث إلا أنه يصعب فى كثير من الأحوال الوصول إليها مباشرة نظرا لتعدد هذه المصادر، وكذلك شمولها لتخصصات كثيرة غير تخصص الدراسات الاعلامية وفروعها . فهناك العديد من الدوريات الخاصة بعلوم الاجتماع والسياسة والاقتصاد واللغة وعلم النفس التى تنشر فى اصداراتها بحوثا ودراسات إعلامية متخصصة أو ذات علاقة بهذه العلوم . بالاضافة إلى المصادرالمتخصصة الأخرى كالدوريات العلمية التى تصدر عن الكليات والمعاهد المتخصصة أو مراكز البحوث على سبيل المثال .

ولذلك فإنه يعتبر مضيعة للوقت والجهد البحث فى كل هذه المصادر الأولية عن بحوث فى التخصص أم لا . ولذلك فإن الباحث يجب أن يبدأ بالآتى :

- تحديد مصطلحات البحث بدقة .
- الرجوع إلى أكثر من مصدر من المصادر الثانوية أولاً . التى يمكن أن تكون دليلاً إلى البحوث والدراسات المتخصصة ومصادر النشر الخاصة بها .
- الرجوع إلى عدد من المراجع العامة أيضًا ، التى يمكن أن تحقق الفائدة السابقة . مع مراعاة أن تتميز المصادر الثانوية والمراجع العامة أيضًا بالجدة والحداثة . ونشير فى هذه الحالة إلى أهمية مراجعة الكشافات الدورية والملخصات والمقالات التى ينشرها الخبراء والمتخصصون فى المراجع العامة أو وقائع المؤتمرات العلمية المتخصصة .
- وفى جميع الأحوال تعتبر مصطلحات البحث *Search Terms* هى مفتاح البحث فى كل أنواع المراجع والمصادر ، والتى تقود الباحث مباشرة إلى مواقع الموضوعات أو المقالات أو التعليقات التى تقع تحت هذه المصطلحات .
ولذلك تهتم المراجع الأجنبية بتوزيع الموضوعات والأعلام فى نهايتها - بدليل الكلمات الدالة أو المرشدة أو المفتاحية *Keyword - Glossary* فى كشاف خاص موضحًا أمام كل كلمة الصفحات التى تناولتها فى الكتاب أو المرجع ليسهل على الباحث الرجوع إلى الصفحات المذكورة . ورغم أهمية هذا الدليل أوكشاف المصطلحات إلا أن القليل جداً من الباحثين العرب من يهتم بذلك نظراً للوقت والجهد المبذول فى تكشيف المصطلحات والأعلام أو المؤلفين فى المراجع العربية مما يجعل الباحث يعتمد على فهرست المحتويات للوصول إلى الموضوعات التى يحتاج إلى مراجعتها .
- تحديد المصادر الأولية ، والبحوث أو الدراسات المنشورة فيها .
- مراجعة الدراسات والبحوث المنشورة . وتبدأ بقراءة الملخصات أولاً ، لتحديد قوة العلاقة بين هذه البحوث والدراسة التى يقوم بها الباحث . ثم يبدأ فى تسجيل البحوث التى يراجعها فى بطاقات خاصة مع التركيز على :
  * مشكلة البحث بوضوح .
  * نص الفروض أو التساؤلات المطروحة .
  * الإجراءات المنهجية المستخدمة(مناهج/أدوات جمع بيانات/مقاييس) .
  * أهم النتائج .

* خاتمة البحث ، وتسجيل رأيه الخاص فى البحث وأوجه الاتفاق أو الاختلاف مع بيان الأسباب والدوافع . وذلك فى علاقته بدراسته التى يقوم بها .

- تسجيل بيانات البحث أو المرجع على رأس البطاقات المستخدمة فى تسجيل المعلومات المستقاة من البحث وفى هذه الأحوال يضع الباحث فى اعتباره أن قيمة البحث لاترتبط بحجمه أو عدد صفحاته ، ولذلك يجب أن يتجنب الباحث أثناء القراءة والتسجيل الحشو الزائد ، ويركز فقط على العناصر السابقة وباختصار . مع مراعاة أن المجالات التى لم تحظ بقدر كبير من البحث لجدتها أو إهمال دراستها فى الماضى تتطلب مزيداً من الجهد فى القراءة والمراجعة والبحث فى مصادرها . وألا يتصور الباحث أن قيمة المشكلة العلمية ترتبط إيجابيًا بحجم أدبيات البحث المنشورة حول أبعادها أو جوانبها فالمشكلات الجديدة فعلا لايتوفر عنها إلا بحوث قليلة (ل.ر.جاى ٩٣: ٥٠).

وبصفة عامة فإن الباحث فى مراجعته للدراسات السابقة يضع فى اعتباره الإجابة على الأسئلة التالية (R.D.Wimmer, et al., 83:45) .

- ماهى أنماط البحوث التى أجريت فى مجال الدراسة ؟
- ماذا توصلت إليه الدراسات السابقة ؟
- ماهى توصيات الباحثين السابقين لإجراء دراسات تالية ؟
- ما الذى لم يتم اختباره أو بحثه فى الدراسات السابقة ؟
- كيف تقترح مايمكن إضافته إلى معلوماتنا فى هذا المجال ؟
- ماهى المناهج أو الأساليب المتبعة فى الدراسات السابقة ؟

استخدام الكمبيوتر فى مراجعة أدبيات البحث

أصبحت شبكات المعلومات المحلية والعالمية مصدراً أساسيًا للمعرفة العلمية ، يستقى منها الباحثون مختلف أنواع المعرفة التى يتم تخزينها فى هذه الشبكات سواء بواسطة الكتاب والباحثون أنفسهم ، أو بواسطة الأجهزة أو الهيئات التى تشرف على هذه الشبكات وتديرها .

وبجانب هذه الشبكات تقوم الكثير من المؤسسات البحثية والتعليمية بتخزين كم وفير جداً من المعرفة العلمية ممثلة فى البحوث أو الملخصات أو التقارير أو

القوائم .... وغيرها ، تقوم بتخزين هذه المعارف فى أجهزة الكمبيوتر فى إطار نظم المكتبات المرجعية أو مصادر التعلم المحلية . بالاضافة إلى استخدام هذه الأجهزة فى مراجعة قواعد البيانات المحفوظة على الاسطوانات المضغوطة *CDs* مثل الموسوعات أو قوائم المستخلصات التى تعد لهذا الغرض مثل إريك *ERIC* التى تعتبر موسوعة متجددة للبحوث التربوية تصدر عن المعهد القومى للتربية(*NIE*) .

ويعتبر استخدام الكمبيوتر فى هذا المجال أحد استخدامات الكمبيوتر فى التعليم *C.A.I* أو *C.A.L* . حيث يمثل الكمبيوتر بما يخزنه من معلومات وتشغيله للأقراص المضغوطة واستخدامها ، يمثل مصدرا هاما ومرجعًا للمستفيدين بهذه المعلومات حسب التخصصات المختلفة .

ويحتاج المستفيد أو الباحث الذى يستخدم الكمبيوتر كقاعدة للمعلومات ، يحتاج إلى معرفة الكلمات المفتاحية أو الرائدة أو المرشدة إلى الموضوع الذى يود البحث فيه أو اسم الكاتب أو الناشر للموضوع أو البحث . وعادة مايتم تخزين المعلومات تحت هذه الكلمات المفتاحية أو الأسماء لسهولة استعادتها أو التعرف عليها أو التجول خلالها على شاشة الكمبيوتر .

فهناك موضوعات يتم تخزينها تحت كلمة الاعلام/الاعلان/صحافة/تسويق تحليل محتوى / إذاعة ... .إلى أخره ، أو *Advertising/Journalism/Mass Communication/ marketing* ...... أو تحت أسماء الدول/ أو الشركات /أو الاعلام أو الاحداث/ ثم يتم تفريعها بعد ذلك حسب نظام قاعدة المعلومات إلى فرعية وتحت الفرعية فيمكن أن يكون هناك مؤسسات صحفية/صحفيون/صحف مركزية / صحف إقليمية ..... وهكذا أو أحداث إعلامية وتضم انتخابات نقابة الصحفيين / عيد الاعلاميين / إطلاق القمر الصناعى المصرى (نايل سات)..... إلى أخره .

وهو نظام يتم وضعه بدقة لبناء قاعدة معلومات يسهل التعامل معها بمرونه كافيه بالإضافة والحذف والتعديل ثم التجول والاستدعاء والتجول والاستفادة بالمعلومات الموجودة عليها والرجوع إليها ثم تسجيل المعلومات المستهدفة أو طباعتها بواسطة الطابعات *Printers* الملحقة بهذه الأجهزة .

وعادة مايكون ذلك ضمن مهام العاملين على هذه الأجهزة *Operator* تيسيرا على الباحثين أو المستفيدين *Users* فى الوصول إلى المعلومات المستهدفة .

وبالإضافة إلى استخدام الكمبيوتر فى تخزين المعلومات المرجعية واستعادتها - كقاعدة بيانات - فإنه يمكن أن يتصل أيضاً بالشبكات المحلية أو العالمية من خلال الخطوط التليفونية الخاصة أو المؤجرة *Liesed Line* أو من خلال وسائل أخرى للدخول على هذه الشبكات والوصول إلى المعلومات المتاحة فيها .

وهذا الجهاز يمكن أن يكون وحدة فى شبكة محلية داخلية *(Lacal Area Network)L.A.N* بواسطة أى نظام من نظم الاتصال بين وحدات هذه الشبكة ، واستدعاء المعلومات المتاحة على الجهاز المركزى للمعلومات *Server* بحيث يعتبر الجهاز وحدة طرفية *Terminal* فى هذه الشبكة ويستخدم فى التخزين والإستدعاء من خلال الإتصال السلكى *Cable* مع الجهاز المركزى والأجهزة الطرفية الأخرى على مستوى المؤسسة أو الهيئة التى تخدمها هذه الشبكة. أو الشبكات الخارجية على المستوى الجغرافى الأكبر *W.A.N(Wide Area Network)* حيث يمكن أن تخدم الشبكة المشتركين فى الاقليم أو الدولة أو قطاع جغرافى معين مثل الشبكات المحلية المصرية : الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية *Egyptian National Scientific and Technical Information Network)* التابعة لأكاديمية البحث العلمى وتخدم قطاعات علمية وتكنولوجية عديدة ذات العلاقة بالأهداف التنموية ، ولها عدة مراكز فى الجامعات المصرية . وكذلك شبكة الجامعات المصرية *E.U.N* وهى شبكة معلومات قومية تابعة للمجلس الأعلى للجامعات ، وتقدم المعلومات العلمية إلى الجامعات والأفراد وذات اتصال بعدد كبير من الشبكات الأوروبية الأكاديمية والبحثية . وذلك بالإضافة إلى شبكات أخرى عديدة ذات الطابع المتخصص أو الجغرافى وتتصل بالشبكات القومية الأكبر والشبكات العالمية وتقدم نفس الخدمات العلمية والبحثية إلى قطاعاتها المتخصصة أو الجغرافية ، من خلال الاتصالات السلكية أو الأقمار الصناعية وهذه الشبكات بالإضافة إلى أنها تمثل قواعد معلومات وطنية وقومية فإنها تصل أيضاً إلى قواعد المعلومات فى الشبكات العالمية .

وبنفس البناء والتنظيم هناك العديد من الشبكات الوطنية والقومية على مستوى العالم والتى تخدم قطاعاً جغرافياً أو علمياً متخصصاً فى المجالات المختلفة ويمكن التعرف عليها والاقتراب منها من خلال البحث فى برامج الاستطلاع على الشبكة العالمية الانترنت *Internet (International Network)* .

وتعتبر شبكة الانترنت هى شبكة الشبكات حيث يرتبط بها أكثر من خمس وثلاثين ألف شبكة محلية ووطنيه وقومية وتخدم أكثر من مائة مليونا من مستخدمى الشبكة والباحثين عن المعرفة فيها .

وتقدم شبكة الانترنت العديد من الخدمات للباحثين لعل أهمها التجول فى المعلومات المتاحة فى كافة المجالات على الشبكة العنكبوتية العالمية التى تغطى أكثر من ٧٠٪ من مناطق العالم ، ومعلوماته *W.W.W (World Wide Web)* ومن يلاحظ هذه الحروف يجدها تتصدر معظم العناوين المنشورة على شبكة الإنترنت . بالإضافة إلى العديد من الشبكات المتخصصة مثل شبكة المال والاقتصاد(*FEN*) وشبكة التجارة الدولية(*ITN*) أو الشبكة البحثية الأكاديمية(*Bitner*) بجانب الشبكات القومية مثل الشبكة الأوربية الأكاديمية البحثية(*EARN*)، والشبكة الأوربية (*Euronet*) والشبكة المصرية(*Egynet*) .

وبذلك تشكل الشبكة العالمية(الإنترنت) وارتباطها بهذه الآلاف من الشبكات العالمية والقومية الأخرى مصدراً أساسياً من مصادر المعرفة والمعلومات بالنسبة للباحثين والخبراء فى المجالات العلمية المختلفة .

وتقدم شبكة الانترنت العديد من الخدمات التى يمكن أن يستفيد منها الباحثون كالآتى :

١- **البريد الإلكترونى***E.Mail* وتتلخص هذه الخدمة فى إمكانية مراسلة الهيئات والمؤسسات والأفراد على عناوينهم الإلكترونية.فى طلب الموضوعات أو البحوث التى يحتاج إليها الباحث. ويلاحظ بداية المعرفة الدقيقة لهذه العناوين التى يضعها أصحابها على شبكة من الشبكات العالمية ، ومختصرات العناوين الخاصة بالدول أو المؤسسات أو الموضوعات التى ينتمى إليها الفرد أو المؤسسة ، وتشكل بناء العنوان . فالاتصال بالعنوان التالى على سبيل المثال :

hamid @ hot mail. com. eg

يعنى أن العنوان فى مصر *eg* على شبكة تجارية *com* اسم الشبكة *hot mail* أما حرف @ وينطق *at* فيفصل بين اسم العميل وباقى العنوان .

أو العنوان التالى : *hamid @ edu. hel. eun. eg*

فالعنوان من اليمين يشير إلى جهة العنوان مصر ثم شبكة المجلس الأعلى

للجامعات ، ثم كلية التربية حلوان وهكذا تنازليًا حتى اسم العميل مع الفصل بين العنوان والاسم بحرف @ . ثم تكتب الرسالة موضحا بها المطلوب . ثم الشكر وكتابة عنوان المرسل لاستقبال الرد . وفى حالة استقبال الرسائل الإلكترونية يقوم المرسل إليه بالرد على الباحث على عنوانه الإلكترونى أيضًا .

وإذا كان العنوان على المؤسسة مباشرة(مثل الجامعات) لسؤالها عن أحد الاساتذة المنتمين إليها أو النظم المعمول بها أو الإحالة إلى قسم أو وحدة من وحداتها فيرسل الرسالة إلى اسم @ *Post Master* ثم باقى العنوان الخاص بالمؤسسة أو الجامعة والذى يرسلها بدوره بطريقة أو بأخرى إلى صاحب الاختصاص.

ويتم فى هذه الحالة توثيق الرسالة بتاريخ استقبالها والإشارة إلى محتواها من خلال بيانات البريد الإلكترونى بعد الإشارة إلى اسم الكاتب أو المؤسسة بالطريقة العلمية لكتابة الاسماء ثم الموضوع فالعنوان وأخيراً تاريخ وصول الرسالة ، كما سيأتى شرحه فى توثيق المعلومات فى الفصل الخاص بكتابة تقرير البحث .

ويمكن للباحث تحديد حاجاته من البحث وأهدافه بنشر عنوان البحث ومايتطلبه من معلومات خاصة به ويعلنها على صفحته الخاصة *Home Page* مع عنوانه الإلكترونى ليتلقى ردوداً على طلبه من المهتمين أو الدارسين لمجال موضوع البحث.

وعند فتح الباحث لبريده الإلكترونى سوف يجد الردود على رسائله محفوظه فى هذا البريد الذى يمكن أن يراجعه والتصرف بالحفظ أو الطباعة أو الإلغاء .

وتوجد فى مصر العديد من الشبكات التى توفر خدمة البريد الالكترونى مثل شبكة مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء *IDSC* وشبكة الجامعات المصرية *EUN* وغيرها من الشبكات الخاصة أو التجارية .

٢-**اتفاقية تبادل الملفات** *File Transfer Protocol(FTP)* : وهذه الاتفاقية من خلال البرامج الخاصة بها *FTP* تسمح بنقل الملفات الموجودة على حاسب معين إلى حاسبك الشخصى . وهذا يتطلب إذنًا خاصًا من الحاسب أو الجهة المطلوب نقل الملفات منها ، مع وجود بعض المواقع التى تسمح بنقل الملفات منها بالمجان ودون إذن مسبق .

وفى حالة الاشتراك فى هذه الخدمة يكون للباحث كلمة مرور للدخول على البرنامج *Pass word* الذى يضم الملفات المطلوبة . ثم التجول فى هذه الملفات

لاختيار مايحتاجه الباحث منها .

٣-**الاتصال من بعد** *Telnet* : وتشبه هذه الخدمة اتفاقية نقل الملفات باستثناء أنها تتم بين حاسب وآخر ، والدخول عليه والتعامل مع البيانات الموجودة عليه كمالو كان امتدادا لحاسبه الشخصي .

ومن خلال الخدمتين السابقتين تتوسع المكتبات ومراكز البحث العلمي في توفير المعلومات للباحثين بالاتصال بقواعد المعلومات المتعددة من خلال هذه البرامج التي تجدها على شبكة الانترنت مع التفرقة بين الأمر الذي يسبق العنوان المطلوب الوصول إليه والدخول على قواعد البيانات الخاصة به .

٤-**خدمة المؤتمرات** *Usenet* أو شبكة المستخدمين *User's Network*: وتخدم المشتركين في هذه الخدمة الذين يتزايد عددهم يوماً بعد يوم للوصول إلى عدة ملايين مشترك، يمكن أن يتم النقاش وتبادل الأراء بينهم في موضوع محدد يضم عدداً من المهتمين به ويشكلون قائمة خاصة بهم يتعرف عليها الباحث لتبادل الأفكار والموضوعات والمناقشة معهم في الموضوعات ذات الاهتمام المشترك .

ويتطلب الأمر في هذه الحالة معرفة الباحث بالموضوعات وقوائم المشتركين في هذه الموضوعات الذين يتبادل معهم النقاش في مثل هذه المؤتمرات عن بعد .

والخدمات الثلاث السابقة تحتاج إلى أن يكون للباحث كود خاص به رقم حساب *Userial, Account N* . وكذلك كلمة المرور *Pass Word* الخاصة بالنظام أو البرنامج أو الاتفاقية المطلوب الدخول عليها والاستفادة بها .

وبالاضافة إلى الخدمات السابقة هناك العديد من الخدمات المجانية التي تقدمها شبكة الانترنت من خلال البرامج الخاصة بها مثل خدمة البحث والتقصي *Finger Service* والتي توفر للباحث إمكانية البحث عن المشتركين الذين لهم حسابات شخصيه على الشبكة وذلك من خلال الدخول بكلمة *Finger* فيمكن تسجيل *Finger Hamid @ edu hel eun eg* والتعرف على الصفحة الخاصة أو البيانات الخاصة بالسيد/ حميد على الشبكة .

وكذلك خدمة الأرشيف *Archie* حيث يوفر كمّاً ضخماً من المعلومات والملفات المختزنة في آلاف الخوادم *Servers* والتجول خلالها والتعرف على المواقع الخاصة بالملفات المختارة ثم الدخول بعد ذلك إلى المواقع باستخدام خدمة *F.T.P* في التجول بين الملفات وتحميل أو طباعة ما يختاره الباحث .

بالإضافة إلى خدمة جوفر Gopher التي تساعد الباحث في الوصول إلى الفورم المتخصصة في مجالات معينة والتعرف من خلال هذه القوائم على المواقع الخاصة بالموضوعات أو الملفات الموجودة عليها .

وكذلك برامج المحادثة Talk أو المحادثات المشتركة Relay Chat والمجلات الالكترونية وغيرها من الخدمات والبرامج التي تتيح للباحث التجول في مليارات الصفحات والموضوعات في كافة المجالات عن كافة بقاع العالم ودوله ومؤسساته .

وعند التعامل مع هذه الخدمات يراعي الباحث مايلي :

- إن هذه الخدمات لها مفاتيح ورموز الوصول إليها ، والاستفادة بإمكانياتها والوصول إلى الخدمة ذاتها ليس هدفًا ، ولكن الهدف هو الوصول إلى المواقع المستهدفة التي يمكن أن يتجول الباحث خلال صفحاتها أو موضوعاتها للوصول إلى حاجته .
- يجب أن يلم الباحث جيداً بالكلمات المفتاحية Keywords أو المرشدة التي يمكن استدعاء الموضوعات من خلالها .
- كثيراً ماتكون هناك قوائم رئيسية متعددة وقوائم فرعية وتحت الفرعية (خرائط تدفق) يقوم الباحث بالتعامل معها للوصول إلى الموضوعات المستهدفه . ولذلك يجب أن يعي الباحث جيداً حزمة القوائم التي يتعامل معها .
- يجب ألا يتعجل الباحث تحميل الصفحات أو طباعتها قبل أن يتجول ويقرأ هذه الصفحات للتأكد من كفايتها الخاصة . ولذلك يجب أن يتحلى الباحث بالصبر والدقة أثناء عملية التجول Navigation خلال الصفحات أو الموضوعات .
- يجب أن يتمرس الباحث على خطوات الوصول إلى المواقع المختلفة من خلال التدريب المستمر على التعامل مع الشبكات ومواقعها .
- ضرورة التفرقة بين الموضوعات التي تعرض كاملة لإفادة الباحثين منها ، والعروض الخاصة بالموضوعات Demonstration مثل ملخصات الكتب ، أو المجلات فهذه لاتقدم معلومات كافية ولكنها تستحث العملاء على اقتناء هذه المعروضات وليس عرض كل ما فيها .
- التوثيق الجيد لكل مايحصل عليه الباحث من معلومات من الشبكات ، مع مراعاة أن الكثير من المعلومات عرضة للتقادم أو الإلغاء أو الاختصار أو

التغيير . ولذلك يجب أن يعى الباحث ذلك وأنها ليست كالكتب يمكن الرجوع إليها فى أى وقت ولذلك فإننا نفضل تحميل أو طباعة مايختاره الباحث من موضوعات أو صفحات وتوثيقها .

- معاملة الحوارات والمحادثات الإلكترونية معاملة التسجيلات فى التوثيق العلمى والاهتمام بتسجيل تاريخ المحادثة أو اللقاء أو الحوار . والمشاركين فيه ووظائفهم وألقابهم العلمية وتخصصاتهم لتأكيد اهتمامهم بموضوع المحادثة أو الحوار .
- ويتم كذلك توثيق البريد الالكترونى بتسجيل تاريخ الرسالة واسم مرسلها وصفته ووظيفته .
- فى جميع الأحوال يفضل عرض الموضوعات المختارة أو المراسلات أو المحادثات فى ملاحق خاصة ، متى سمحت بذلك المساحة المتاحة . وخصوصاً ماترتفع أهميته فى البحث بدرجة كبيرة ، مثل القوانين أو المعادلات الرياضية أو الأفكار المستحدثة أو المصادر حديثة الصدور ، أو محدودة الانتشار .... وهذا يخضع لتقييم الباحث لأهمية هذه المصادر أو أهمية رصد المقتطفات مع ملاحق البحث أو الرسائل العلمية .

كتابة التقرير الخاص بمراجعة أدبيات البحث

يستقل التقرير الخاص بمراجعة أدبيات البحث بجزء خاص من التقرير العام لمشروع البحث ، أو البحث ذاته فى بعض الدراسات ، ويكون تحت عنوان "أدبيات البحث" أو "الدراسات السابقة" وهذا الجزء الذى ساهم أكثر فى تحديد مشكلة البحث وتطويرها ، يمثل بعد ذلك القاعدة المعرفية أو الإطار النظرى والفلسفى للفروض المطروحة وتفسير النتائج .

ويضع الباحث فى اعتباره مايلى عند كتابة هذا التقرير :

- استبعاد الدراسات قليلة الارتباط بمشكلة البحث حتى وإن كان الباحث قد بذل جهداً فى تلخيص عناصرها .
- يبدأ عرض الدراسات السابقة قليلة الارتباط أو الأهمية بالنسبة للدراسة الحالية أولاً ، ثم يتدرج إلى أقواها علاقة فى نهاية التقرير .
- يكون العرض تدريجياً بحيث يصل فى الختام إلى نتائج أو استدلالات منطقية

تؤيد أهمية البحث الحالي أو تدعم الفروض التالية أو العلاقات التي سيتم اختبارها .

- يجب أن يبتعد الباحث عن التحيز في عرضه للدراسات السابقة ، وأن يكون موضوعيًا في عرضه للمداخل أو الاتجاهات البحثية أو النتائج المتعارضة ، وأن يكون موضوعيًا أيضًا في التعليق عليها بما يثري الإطار النظري للبحث وتفسير النتائج .
- توزيع الدراسات السابقة تحت عدة محاور تتفق مع عناصر المشكلة البحثية أو متغيراتها أو علاقاتها مثل دراسة عبد اللطيف العوفي ٩٢ بعنوان "التليفزيون السعودي وإدراك الاتجاهات الاجتماعية وفق نظرية الغرس الثقافي"(١) وقام الباحث فيها بعرض الدراسات السابقة تحت المحاور التالية: ساعات المشاهدة/ نوعية البرامج، نسبها، مصادرها وأفضلها / التأثير البرامجي . وكذلك دراسة سامي عبد العزيز ٩١ بعنوان "تأثير الإعلان التليفزيوني على السلوك الشرائي للطفل"(٢) حيث قام الباحث بعرض الدراسات السابقة تحت محورين هما : دراسات تأثير الإعلان على تفضيلات الطفل للسلع / دراسات الاعلان والعوامل المتداخلة وتأثيرها على معدل طلب الأطفال للسلع .
- ولايشترط بعد ذلك العرض المستقل لكل دراسة تحت كل محور ، ولكن يمكن أن يجمع أكثر من دراسة معًا تحت عبارات أو فقرات وصفية تلخص ما اشتركت فيه أو تشابهت فيه هذه الدراسات ، مع عدم اغفال البيانات البيليوجرافية لكل دراسة بشكل مستقل ، حتى وإن تم جمعها تحت رقم هامش واحد .

وعندما تتفق الدراسات المعروضة في علاقتها بالبحث الحالي ودرجة أهميتها بالنسبة له، فإن الباحث يرتب عرضها حسب التسلسل التاريخي للنشر بحيث تصبح الدراسة الأخيرة هي آخر مانشر في هذا المجال . فيبدأ الباحث بالدراسة الأقدم ثم التي تليها ..... وهكذا .

---

(١) عبد اللطيف ذيبان العوفي: التليفزيون السعودي وإدراك الاتجاهات الإجتماعية وفق نظرية الغرس الثقافي، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد٨، ديسمبر١٩٩٢، ص.ص١٦٤- ١٦٦ .

(٢) سامي عبد العزيز : تأثير الإعلان التليفزيوني على السلوك الشرائي للطفل، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد٦، ديسمبر١٩٩١، ص.ص١٩٦-١٩٨ .

- يقدم الباحث فى نهاية التقرير أو خاتمته ملخصاً لما قدمته الدراسات فى مجملها وما أضافته أو تضيفه من علاقات أو تفسيرات بالنسبة للمشكلة الحالية ، وما استخلصه الباحث من اتجاهات أو تعميمات للوصول إلى النتائج الخاصة بالمشكلة الحالية .

- وهناك اقتراح آخر يمكن تطبيقه عندما تتعدد الدراسات بشكل كبير ، وتتعدد جوانب الاستفادة منها فى هذا البحث ، وتعميم الإفادة بها للغير . هذا الاقتراح يتمثل فى العرض التحليلى الكمى أو الجدولى لمجمل الدراسات موزعة فى فئات تشمل : المحاور الرئيسية/ العناصر والمتغيرات/ الأهداف/ بناء العلاقات الفرضية/ نوع الدراسة/ العينات / المناهج المستخدمة/ أدوات الاختبار ووسائل القياس/ ملخص النتائج أو التعميمات . إضافة إلى العرض التفصيلى السابق .

موقع الدراسات السابقة فى التقرير العام

تمثل مراجعة أدبيات البحث أو الدراسات السابقة جهود الباحث فى المراحل الأولية لإعداد مشروع البحث وتحديد المشكلة العلمية ، ولذلك فإنها تمثل فى هذا المشروع الاطار المرجعى الأساسى للمشكلة العلمية ويقدم عرضها إجابة على السؤال الخاص بمصادر تطوير المشكلة العلمية ، وكيفية تطويرها . بالاضافة إلى أنها تمثل المصدر الأساسى لاستقاء الفروض العلمية أو التساؤلات المطروحة . ولذلك فإن عرضها يقدم إجابة أيضًا على التساؤلات الخاصة بوجود أو غياب علاقات فرضية حول موضوع البحث فى الدراسات السابقة . بحيث يشير العرض إلى الإضافة المنتظرة فى العلاقات الفرضية الحالية . بعد أن يقوم الباحث بنقد الدراسات السابقة وعرض الجوانب الإيجابية والسلبية، ونواحى الوجود والغياب التى يحاول الباحث وضعها فى الاعتبار فى الدراسة الحالية .

لذلك فإنها تحتل موقعًا مستقلاً فى مشروع البحث بعد عرض المشكلة العلمية وأهدافها، وقبل عرض العلاقات الفرضية للدراسة الحالية وباقى الإجراءات المنهجية.

ولايغنى الاستفادة من الدراسات السابقة فى تحديد مشكلة البحث وتسجيلها فى عرض هذه المشكلة ، لايغنى ذكرها عن العرض التحليلى والنقدى لهذه

الدراسات بشكل مستقل فى مشروع البحث بصفة خاصة . لأن ذلك يقدم الإطار المرجعى للبحث الحالى تفصيلا ، واتجاهات الاستفادة من هذا الإطار فى كل الخطوات المنهجية بعد ذلك وليس صياغة مشكلة البحث فقط . وتظهر ضرورة ذلك عند تقييم مشروعات البحوث .

إلا أن الأمر قد يختلف حول عرض الدراسات السابقة فى التقرير النهائى للبحث ، حيث يختلف تبويب التقرير فى بعض الحالات عن تبويب مشروع البحث أو خطته . بالإضافة إلى أن معالم الاستفادة من الدراسات السابقة تكون قد ظهرت واضحة فى المواقع الخاصة بعرض الإطار النظرى للبحث ، وإطار تفسير النتائج وعقد المقارنات .

ولذلك فإن بعض التقارير النهائية تكتفى بتسجيل الإستفادة بهذه الدراسات السابقة فى كل موقع من مواقع التقرير النهائى ، دون عرض الدراسات السابقة بشكل مستقل فى بداية التقرير النهائى .

وفى هذا المجال نميز بين حالتين :

الحالة الأولى : الاهتمام بالبعد النظرى والفلسفى للدراسة وبصفة خاصة فى الدراسات الوصفية مما يجعل الحاجة ماسة إلى إثراء هذا البعد فى عرض الإطار النظرى مستقلا ومدعماً بالاتجاهات الفكرية والمداخل البحثية والنظريات والتعميمات التى أفرزتها أدبيات البحث والدراسات السابقة .

وحيث تتعدد هذه المداخل والاتجاهات الفكرية والنظريات فى الدراسات الإعلامية ، خصوصاً فى الدراسات البينية مع العلوم الأخرى . فإن بناء إطار نظرى قوى مدعم بنتائج البحوث السابقة يصبح ضرورة . ويصبح هذا الإطار النظرى مدخلا ضروريا للإطار التطبيقى الذى يقوم فى بنائه وتفسيرات نتائجه على ما قدم الإطار النظرى .

وفى هذه الحالة يمكن عرض الدراسات السابقة فى إطار الاستفادة منها فى مواقع متعددة فى التقرير النهائى يتصدرها الاطار النظرى للبحث وتفسير النتائج .

الحالة الثانية : البحوث التطبيقية وبصفة خاصة التجريبية أو شبه التجريبية التى تستهدف إعادة دراسة أو تطبيق دراسات أخرى فى مجال ما ، أو تستهدف إعادة اختبار علاقات فرضية بعد تطويرها أو تغييرها عما سبق دراسته . فى هذه

الحالة فإن عرض الدراسات السابقة بشكل مستقل يعتبر ضرورة وبصفة خاصة التركيز على مايقوم الباحث به من إعادة دراسة أو اختبار أو تطبيق أدوات أو معايير جديدة حتى يكون واضحًا أمام الغير مجال المقارنة أو التطوير والتغيير الذى يستهدفه الباحث . وحتى يسهل الرجوع إلى الإطار المرجعى للتطوير أو التغيير والمقارنة بينه وبين النتائج فى مراحل تقويم البحث ونتائجه . ذلك أنه فى مثل هذه الحالات تكون التعميمات أو النظريات مستقرة وراسخة تقريبًا ويصبح استعادتها فى إطار نظرى خاص يشمل الدراسات السابقة أيضًا نوعًا من التكرار . مثل البحوث التجريبية التى تستهدف دراسة العلاقة بين التعرض لوسائل الاعلام واتجاهات التفضيل والاهتمام والأسلوب المعرفى الذى يميز المتلقين من فئات الشباب على سبيل المثال . فليس هناك مايدعو لبناء إطار نظرى لعرض الأساليب المعرفية التى استقر تصنيفها وتصنيف الفئات على أساسها فى علم النفس المعرفى . ويمكن أن يكتفى الباحث هنا بعرض نتائج الدراسات السابقة فى هذا المجال .

أو إعادة اختبار أحد فروض النظريات القائمة مثل نظرية التعلم الاجتماعى من خلال التليفزيون وتغيير خصائص الجماعات التجريبية فى بحث عن آخر أو عن البحوث السابقة .

وفى الحالتين يجب أن تتوفر لدى الباحث مهارات النقد والتحليل للدراسات السابقة وعرضها فى إطار أهداف الدراسة الحالية ، بالإضافة إلى مهارات بناء العلاقات بين نتائج الدراسات السابقة والنتائج الحالية . وذلك حتى يتمكن الباحث من مهارات توظيف هذه الدراسات مع أى حالة من الحالتين السابقتين .

ولكننا لانؤيد التسجيل المجرد للدراسات السابقة فى البداية دون عرض الرؤية الناقدة والفاحصة لهذه الدراسات ونتائجها . حيث لاتزيد فى هذه الحالة عن كونها قائمة لبعض المراجع أخطأ الباحث فى اختيار مكانها أيضًا .



الفصل الخامس

صياغة الفروض العلمية والعلاقة بين المتغيرات

لعل أهم مايميز الفكر المنهجى هو التنشيط المستمر للتحليل العقلى ، للحقائق والمتغيرات التى يتعامل معها الباحث بقصد تطوير وتنمية الأفكار الخاصة بالاقتراب من المشكلات أو اقتراح تفسيرات أو حلول لها .

وإذا كان النشاط العقلى فى المرحلة السابقة قد انتهى إلى صياغة الفكر النظرى الخاص بمشكلة البحث وتحديد المشكلة وعناصرها . فإن استمرار هذا النشاط بعد ذلك يكون فى اتجاه اقتراح تفسيرات أو حلول لهذه المشكلة من خلال عدد من الإجراءات التطبيقية أو العملية التى تقوم باختبار هذه التفسيرات أو التحقق من كفاية بدائل الحلول ، لاختيار الصالح واستبعاد الزائف منها .

وأول هذه الإجراءات التطبيقية أو العملية هو وضع تصورات أو رؤى أولية أو تفسيرات مؤقته ، أو تعميمات مبدئية للعلاقة بين الحقائق وبعضها ، التى قد يرى الباحث فى وجود هذه العلاقة أو غيابها حلاً أو تفسيراً للمشكلة .

وهذا هو مفهوم الفرض العلمى *Hypothesis* الذى يحدد مبدئياً توقعات الباحث أو رؤيته الذاتيه عن العلاقة بين المتغيرات الحاكمة فى مشكلة البحث .

وتظل هذه التفسيرات / أو التوقعات / أو الرؤى / أو التعميمات محل اختبار وتحقيق فى الخطوات التالية حتى تثبت صحتها ، أو زيفها . ولذلك فإن أبسط تعريف للفرض العلمى أنه **تفسير مؤقت أو تعميم مبدئى ، تظل صلاحيته موضع اختبار .**

والتعريف الإجرائى للفرض العلمى هو **تصور مبدئى للعلاقة بين متغيرين أو أكثر.**

ويسهم الإطار النظرى العريض الذى اقترب الباحث من خلاله إلى مشكلة البحث ، يسهم هذا الإطار فى صياغة الفروض العلمية من خلال اتجاهين .

١ - الاتجاه الأول : وهو التعامل مع العديد من الحقائق التفصيلية الخاصة بموضوع البحث أو مشكلته، ومحاولة إقامة بناءات للعلاقات بين هذه الحقائق وبعضها للوصول إلى تفسيرات أولية تقوم على هذه العلاقات .

وهذا هو جوهر عملية الاستقراء *Induction* باعتبار أن هذه الحقائق هى قضايا فرعية أو تفصيلية يمكن من خلال الربط بينها الوصول إلى قضايا أكبر واشمل . ويمكن إقامة هذه الارتباطات بين الحقائق وبعضها على أساس مبدأ السببية *Causual* الذى يفسر العلاقة بين الأسباب والنتائج . أو على أساس التأثير المتبادل *Mutual Effect* الذى يفسر تأثيرات الاقتران الذى يفرض خضوع الأجزاء لقوانين واحده ، مادامت تجمع بينها عوامل مشتركة تؤثر فى مجموعهم أو يتأثرون بها بالتبادل أو انتقال التأثير . وتفسر العلاقات بناء على ذلك سواء أكان الاقتران على سبيل المثال - فى الخصائص/ الوظائف / المكان / الزمان .... وغيرها من العوامل التى تجتمع لهذه الاجزاء .

فلو تحدثنا عن العلاقة بين التعرض إلى التليفزيون وانتشار العنف ، ووضع تفسيرات فى هذا الإطار . فإنه تبعًا لهذا الاتجاه يمكن تفسير انتشار العنف بسبب كثافة مشاهدة المسلسلات والأفلام الأجنبية (السبب والنتيجة) . أو أن العنف ينتشر بين المراهقين بصرف النظر عن كثافة مشاهدة المسلسلات والأفلام الأجنبية (تأثيرات الاقتران) .

٢ - الاتجاه الثانى : التفسير المؤقت للعلاقات بين الحقائق فى إطار النظريات الأعم والأشمل ، أى الانتقال من قضايا كلية أو عامة إلى قضايا أو تفسيرات جزئية ، تستفيد من هذه النظريات . وهذا هو جوهر الاستنباط أو الاستدلال *Deduction* .

وفى المثال السابق - العلاقة بين التعرض إلى التليفزيون وانتشار العنف - يمكن وضع تفسيرات لهذه العلاقة فى اطار نظرية الغرس الثقافى *Cultivation* التى تربط بين كثافة المشاهدة التليفزيونية وإدراك الواقع الاجتماعى بالصور التى يعرضها التليفزيون .

ويمكن بناء على ذلك التفرقة بين إدراك المراهقين لواقع العنف الذى يقدمه

التليفزيون بناء على التفرقة فيما بينهم على أساس درجة كثافة المشاهدة التليفزيونية وبناء ارتباط فرضى بين كثافة المشاهدة وإدراك مسلسلات وأفلام العنف على أنها واقع اجتماعى يمكن اكتساب سلوكه .

وفى كلا الاتجاهين تظهر أهمية الإطار النظرى للدراسة الذى يقدم تحديداً للحقائق والمتغيرات الخاصة بموضوع الدراسة وماسبق دراسته فيها فى إطار أهداف بحثية متعدده . تقدم دليلاً ومرشداً لصياغة التفسيرات التى تقوم على الاستقراء . وكذلك أهمية الإطار النظرى الذى يقدم النظريات المختلفة فى العلوم ذات العلاقة بموضوع الدراسة التى يمكن الاستدلال من خلالها عن التغيرات المختلفة للعلاقات بين الحقائق والمتغيرات . وتظهر فى هذه المرحلة أهمية التفكير الناقد الذى يعتمد على مخزون متراكم من المعرفة بالحقائق والمعلومات والبيانات التى تساعد الباحث فى بناء العلاقات بعد قبول مايتفق ورفض مالا يتفق مع رؤية الباحث فى حل مشكلة البحث أو الإجابة على التساؤلات التى تطرحها هذه المشكلة فى البداية .

وتظهر أيضاً أهمية التدريب والمران على التحليل العقلى للحقائق والمعلومات ، وتركيبها فى صياغات جديدة تتفق وأهداف البحث .

ومهما تعددت تعريفات الفرض العلمى فهى تجتمع حول وجود العناصر التالية فى التعريف :

١- أنه تفسير مؤقت أو مبدئى ، وليس تفسيراً نهائياً للحل أو اتجاه العلاقات بين عناصر المشكلة أو متغيراتها .

٢- وجود متغيرات *Variables* ذات أدوار فى حركة الظاهرة أو المشكلة .

٣- بناء علاقات بين هذه المتغيرات وبعضها على أساس رؤية الباحث لدور كل متغير بالنسبة للآخر مثل العلاقات السببية ، أو العلاقات الإرتباطيه ، أو علاقات التباين والاتفاق ...... إلى آخره .

وهذه العناصر فى إطار التعريف يتم تركيبها فى بناء يمكن من خلاله تفسير الظاهرة أو أحد أركانها تفسيراً أولياً يمكن اختباره والتحقق من صحته من خلال عددمن الخطوات المنهجية المنتظمة .

أهميــــــة
الفـــــروض

لاتتوقف أهمية الفرض العلمي على بناء التفسير المؤقت للعلاقات بين المتغيرات وبعضها ، أو تقديم حل أولي لمشكلة البحث لكنه يقوم في نفس الوقت بعدد من الوظائف تبرز أهميته في البحث العلمي .

١- يستلزم وضع الفرض العلمي البحث عن الحقائق والمتغيرات العاملة في المشكلة العلمية، وإعادة تقييمها مرة أخرى من حيث كفايتها أو عدم كفايتها.وبالتالي فإن الباحث قد يقوم بالبحث عن حقائق جديدة،تسهم في تطوير تحديد المشكلة العلمية وإعادة صياغتها بشكل أكثر دقة.نظراً لما قام به الباحث في مرحلة وضع الفروض بالبحث عن حقائق ، ومعاني وتفسيرات ، وعلاقات جديدة تسهم في تصور الحلول واقتراح التفسيرات .

٢- إن الباحث في تحديده للمتغيرات أو الحقائق باعتبارها خصائص أو صفات أو وظائف لمفردات تخضع للبحث أو باعتبارها أسبابًا أو نتائج فإنها تسهم في تحديدد هذه المفردات والمجتمع الذى تنتمى إليه.وهو مايسمى مجتمع البحث *Population* . وبالتالي فإن الفرض العلمي يسهم في التحديد الدقيق لخصائص مجتمعه ، وخصائص المفردات المختاره التي تمثل هذا المجتمع في الاجراءات المنهجية وكفاية عدد هذه المفردات ، أو تقسيمها في مجموعات أو فئات تتفق مع تصنيف المتغيرات التي يدرسها الباحث .

٣- ويسهم الفرض العلمي كذلك في تحديد إطار البيانات الذى سوف يتعامل معه الباحث في الحصول على الحقائق والمتغيرات التي يقوم بدراستها وتقييم كفاية هذا الاطار في تلبية حاجات البحث والدراسة . وكذلك استبعاد مالايحتاج إليه الباحث في دراسته .

٤- وبعد تحديد مجتمع البحث وإطار البيانات الذي يستقى منه الباحث الحقائق التي يستهدف الباحث دراستها ، فإنه يحدد أيضًا طريقة جمع البيانات وأدوات جمعها والتصميمات المنهجية الملائمة لاختبار الفرض والتحقق من صحته .

٥- ونفس الفرض يحدد أيضًا البدائل المختارة للطرق الاحصائية التي يتم بواسطتها المعالجة العلمية للبيانات. ذلك أن اختيار الطرق الاحصائية يختلف باختلاف

الهدف من اختبار الفرض سواء كان وصفيًا أو استدلاليًا ، يهدف إلى دراسة العلاقات الارتباطية أو التباين أو الاتفاق ..... إلى آخره مما يعكسه الفرض العلمى فى بنائه .

٦- ويجانب ذلك يحدد الفرض العلمى إطار النتائج المستهدفة تحديداً دقيقًا ، تلك التى تكون فى حدود العلاقات الفرضية فقط واستبعاد ما عداها ، يؤدى ذلك بالتالى إلى ترشيد الوقت والجهد فى الوصول إلى هذه النتائج .

٧- ولما كان الفرض العلمى هو تفسير مؤقت لحركة الظاهرة أو المشكلة العلمية أو العلاقات بين عناصرها ، تم صياغته فى إطار الحقائق والنظريات العلمية . فإن التفسيرات النهائية لن تزيد فى هذه الحالة عن الإقرار بصحة التفسير أو زيفه وبالتالى يكون الفرض العلمى قد حدد مسبقًا إطار التفسيرات والتعميمات والتنبؤات والاتجاهات العلمية التى تستند إليها هذه التفسيرات .

أنـــــواع الفـــروض

على الرغم من أن الفرض العلمى فى النهاية تعبير عن العلاقة بين المتغيرات كما يراها الباحث . إلا أن هناك عدداً من التصنيفات لأنواع الفروض التى قد تؤثر فى شكل البناء الخاص بالفرض والأسلوب الذى يتم صياغته به ، بل وتؤثر أيضًا فى طريقة اختبار الفرض ، واختيار الطريقة الإحصائية التى يتم بها المعالجة والبحث عن المغزى ودلالة العلاقة .

وعلى سبيل المثال يصنف البعض الفروض بناء على طريقة اشتقاقها إلى :

فروض استقرائية ، والتى يتم التوصل إليها من خلال الاستقراء وملاحظة الجزء للوصول إلى التعميمات الكلية كما سبق أن أوضحنا .

وفروض استنباطية أو استدلالية ، التى يتم اشتقاقها من نظريات قائمة فتقدم دليلاً يدعم هذه النظرية أو يطورها أو يناقضها ، فتظهر قيمة الفرض فى هذه الحالة فى الدراسات المستقبلية التى يقترحها الباحث نتيجة اختبار الفرض وتفسيرات هذه النتائج .

ومن الأمثلة على الفروض الاستقرائية الفروض التى طرحها عدلى رضا فى دراسته لأثر إعلانات التليفزيون على السلوك الشرائى للجمهور المصرى فقد افترض

من خلال الملاحظة للتعرض إلى مشاهدة إعلانات التليفزيون ومستوياتها من جانب . ومستويات السلوك الشرائى من جانب آخر ، افترض من خلال ذلك وجود ارتباط إيجابى بينهم . وأثبتت الدراسة هذا الفرض ليصبح تعميمًا نظريًا يرى أن الإعلان يحث المشاهد باستمرار على طلب شراء السلع التى يروج لها(١) .

بينما نجد الفرض الذى طرحه بسيونى حمادة حول العلاقات المتبادلة بين وسائل الاعلام والجماهير فى وضع أولويات القضايا العامة فى مصر بوجود ارتباط إيجابى قوى بين الأجندة المركبة للصحف الحزبية والقومية، والأجندة المركبة للجمهور وكذلك باقى الفروض الرئيسية والفرعية تعتمد أساسًا على نظرية تم اختبارها فى الولايات المتحدة الأمريكية وهى نظرية وضع الاجندة أو ترتيب الأولويات(٢) *Agenda Setting Theory* وبالتالى فهى فروض استنباطية .

وكذلك العلاقة الإيجابية بين زيادة التعرض للعنف فى أفلام الكارتون وتزايد رغبة الطفل فى مشاهدة مزيد من العنف (سوزان القلينى--هبة السمرى٩٧)(٣) وهو الفرض الذى اعتمدت فيه الباحثتان على نتائج دراسة هوسمان وزملائه *Huesman 84* التى أكدت أن مشاهدة الأطفال للعنف أدت إلى رغبة متزايدة فى مشاهدة المزيد من مشاهد العنف على الشاشة خاصة عند الذكور .

ويفرق فؤاد أبو حطب وآمال صادق(٩١/ ٢٣٠-٢٣٨) **بين الفرض التجريبى أو فرض البحث** *Research Hypothesis* **والفرض الاحصائى** *Statistical Hypothesis* فالفرض التجريبى أو فرض البحث هو عبارة عن حدس *Intuition* جيد أو توقع معقول للنتيجة ، نتيجة خلاصة تأمل وفهم جيد للعلاقة بين متغيرات البحث ، نتيجة الدراسة المتعمقة للأدبيات السابقة أو نظريات معينه أو خبرات رشيدة تؤلف فى مجموعها الإطار النظرى للبحث الذى يرتبط به الفرض التجريبى .

---

(١) عدلى رضا : أثر إعلانات التليفزيون على السلوك الشرائى للجمهور المرى، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد٩ ، يوليو ١٩٩٣، ص٩٥ .

(٢) بسيونى حمادة : العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجماهير فى وضع أولويات القضايا العامة فى مصر، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد ٤ يناير ٩١، ص.ص٥٧-٥٨ .

(٣) سوزان القلينى،هبة السمرى:تأثير مشاهدة العنف فى أفلام الكارتون بالتليفزيون المصرى على الأطفال، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**،كلية الإعلام-جامعة القاهرة،العدد١ ، يناير١٩٩٧.

ويصاغ الفرض التجريبى عادة فى عبارات تقريرية يمكن الحكم عليها بعد ذلك بالصحة أو الخطأ .

وتنقسم الفروض أيضًا إلى **فروض موجهة** *Directional* تقرر وجود العلاقة واتجاهها وتقديرها اللفظى (أقل/أكثر/أعلى/تتزايد/تتناقص...) **وأخرى غير موجهة** *Nondirectional* لاتقدم توقعًا حول اتجاه العلاقة ولكنها تكتفى بالتقرير بوجود علاقة *(J.R.Frankle & N.E.W allen 93,52-53)* بالاضافة إلى الفرض الصفرى *Null* الذى ينفى وجود علاقة بين المتغيرات من البداية ومن الأمثلة على الفروض التجريبية بأنواعها مايلى :

* ففى الفروض الموجهة تظهر توقعات الباحث حول اتجاه العلاقة أو الأثر وقدرها .
- يوجد ارتباط طردى بين التعرض لوسائل الاتصال ومستوى المعرفة بالإرهاب .
- يوجد ارتباط طردى بين التعرض لوسائل الاتصال واستعداد المبحوثين لأن يسلكوا سلوكًا رافضًا للإرهاب (شاهيناز بسيونى ٩٣)[(١)] .
- كلما ارتفع المستوى الاقتصادى والاجتماعى للأطفال الموهوبين قل الاعتماد على التليفزيون كمصدر للمعلومات (سوزان القلينى ٩٧)[(٢)] .

* ومن أمثلة **الفروض غير الموجهة** التى تكتفى بتصور وجود العلاقة بين المتغيرات فقط ، الأمثلة التالية :
- هناك علاقة بين كثافة المشاهدة التليفزيونية ومستوى التعليم .
- هناك علاقة بين قراءة الصحف المحافظة والاستماع إلى البرامج الإخبارية فى الراديو لدى المسنين من الذكور .

وعلى عكس الفروض غير الموجهة ينفى **الفرض الصفرى** *Null* منذ البداية وجود العلاقة بين المتغيرات مثل :
- لاتوجد علاقة بين المستوى الاقتصادي والوقت الذى يقضيه الشباب فى قراءة الصحف .
- لاتوجد فروق بين الذكور والاناث فى الاستماع إلى الدراما الإذاعية .

(١) شاهيناز بسيونى : العلاقة بين التعرض لوسائل الإتصال وطبيعة الإتجاه نحو مشكلة الإرهاب، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام- جامعة القاهرة، العدد ١٠،ديسمبر ١٩٩٣،ص ٤٩.

(٢) سوزان القلينى :دور التليفزيون فى تنمية المواهب لدى الأطفال الموهوبين، المؤتمر العلمى السنوى لمركز دراسات الطفوله، جامعة عين شمس، ابريل ١٩٩٧، ص ١٤ .

ويلاحظ أن الفرض الموجه يكون أكثر ثراء ويعبر عن إلمام الباحث بالجوانب النظرية والأدبيات السابقة التى ساعدته على إدراك صورة العلاقة المتوقعة من نتائج التجريب كاملة . بينما لايقدم الفرض غير الموجه والصفرى إلا بداية ضعيفة للاختبار لاتساعد الباحث على توجيه أدواته المنهجية وطرقه الإحصائية للوصول إلى النتائج التى يستهدفها من صياغته للفروض العلمية .

ومن الفروض الموجهة الأكثر ثراء تلك الفروض التى تحمل فى صياغتها دلالات التوقع بالاتجاه والقيمة فيصبح الفرض فى هذه الحالة ذا مغزى ودلالة أولية من صياغته . وتقود إلى مزيد من المعرفة والمعلومات الخاصة بمرجعيات بناء الفرض ولذلك تسمى **الفروض الداله** *Significant Hypotheses* . ذلك أن مثل هذه الفروض تشير فى بنائها إلى أسباب العلاقة أو التأثير بين المتغيرات ولذلك يمكن أن نجد فى بناء الفروض وجود للمتغيرات الوسيطة *Intervening Variable* التى تعتبر ضرورة أو مفسرة لعلاقات التبعية أو التأثير بين المتغيرات .

ويوضح فرض الفجوة المعرفية *Knowledge Gap* بناء الفرض الدال ، وأهمية المتغيرات الوسيطة . هذا الفرض الذى صاغه تيتشنور وزملاؤه *(P.J.Tichenor, et al ., 70)* يرى أنه مع تزايد انسياب المعلومات فى النظام الاجتماعى من خلال وسائل الإعلام تحدث الفجوة فى المعلومات بين الفئات ذات المستوى الاجتماعى والاقتصادى الأعلى والتى تميل إلى اكتساب المعلومات أكثر ، وبين الفئات ذات المستوى الأقل . فالمتغير المستقل فى هذا الفرض هو انسياب المعلومات من خلال وسائل الإعلام وهو المتغير المؤثر أيضاً والمتغير التابع هو فئات المستوى الاجتماعى والاقتصادى.ويفسر التأثير أو التبعيه بتأثير ميل المستوى الاقتصادى والاجتماعى الأعلى إلى اكتساب المعلومات بتأثير التعليم (مؤشر للتصنيف ، ومتغير وسيط) وكذلك تباين المهارات الاتصالية بين هذه الفئات التى تجعلهم يشاركون فى مناقشة الشئون العامة مع الغير . وكذلك لأن طبيعة وسائل الإعلام نفسها تتجة أكثر إلى الطبقات الأعلى .

وهذا الفرض وإن كان تعميما نهائياً حول مفهوم الفجوة المعرفية فى المجتمع ، إلا أن اختبار العلاقة بين متغيراته فى البداية ساهمت فى صياغته بهذا الشكل الدال المفسر لكيفية حدوث الفجوة المعرفية فى المجتمع .

وفى دراسة (محمد عبد الحميد ٨٩)[(١)] صاغ الفرض الأول فى الدراسة كالآتى :

"مع تعدد الأسباب والعوامل الدافعة للفرد إلى قراءة الصحف بصفة عامة، فإنه فى مجال المقارنة يمكن أن تكون هناك علاقة طردية بين **أهمية الحاجات الأساسية** لقراءة الصحف، التى تعكس **الدوافع الفردية** لدى الطلاب وبين **الانتظام فى قراءة الصحف**"

وبناء هذا الفرض يفرض على الباحث فى الاختبار والتفسير ودراسة المفاهيم الخاصة بالدوافع الفردية للطلاب وعلاقتها بناء على أن الحاجات الأساسية لقراءة الصحف ترتبط بالدوافع الفردية فى هذه المرحلة وكذلك اختبار وتفسير هذه العلاقة مع الانتظام فى قراءة الصحف ومظاهرها .

وكان يمكن أن يكتفى الباحث بالفرض التالى : "توجد علاقة طردية بين **مستوى أهمية الحاجات الأساسية** لقراءة الصحف ، وبين **الانتظام فى قراءة الصحف**" . وهو فرض موجه يكفى لتحقيق أهداف الدراسة لكنه يكون قاصراً فى التفسير واظهار دلالة العلاقات وأسبابها ، أو أسباب التأثير ومقوماته .

أما **الفروض الاحصائية** *Statistical Hypotheses* والتى يتم صياغتها فى شكل إحصائى ، فهى تمهد لاستخدام الطرق والإجراءات الإحصائية ، متى توفرت لها مقوماتها . مثل البيانات الكمية وبناء العلاقات بشكل احصائى يتضمن شكل العلاقة والدلالة وحدود الثقة التى يقبل فى إطارها بناء العلاقة .

وأساس الفروض الإحصائية هو الفرض الصفرى الذى يفترض بداية عدم إمكانية الحصر الكافى والدقيق لبارامترات الأصول أو العينات نتيجة ندرة البيانات أو المعلومات أو عدم كفاية الإطار النظرى للبحث بالشكل الذى يجعل الباحث يطمئن بداية إلى عدم وجود فروق ، أو عدم وجود علاقة ذات دلالة أو مغزى إحصائى . وأى نتيجة خلاف ذلك تكون بسبب عوامل أخرى وليس بسبب الاتفاق فى الخصائص أو السمات الخاصة بالعينات أو العينات والأصول .

فنحن لايمكن أن نثبت أن جميع الأطفال فى سن واحدة يشاهدون التليفزيون بنفس الكثافة مع اتفاق كافة الظروف . لأنه قد يكون هناك سبب أو أكثر غير

(١) محمد عبد الحميد : قراءة الصحف ودوافعها بين طلاب الجامعة، دراسة تطبيقية فى الاستخدام والإشباع، **مجلة العلوم الإجتماعية**، جامعة الكويت، المجلد ١٧، العدد٢، صيف ١٩٨٩، ص٢٢٩ .

واضح أو لايمكن الكشف عنه بجعل طفلاً أو أكثر لايشاهد التليفزيون بنفس درجة الكثافة . ولذلك يتم صياغة الفرض الاحصائى مبدئياً فى شكل فرض صفرى يرى عدم وجود اتفاق فى كثافة المشاهدة بين الأطفال فى مرحلة عمرية معينه . وهذا الفرض بهذا البناء يمكن إثبات زيفه ، فيثبت بالتالى الشكل الآخر من الفروض الاحصائية وهو الفرض البديل *Alternative* والذى ينقسم كما فى الفروض البحثية أو التجريبية إلى موجه وغير موجه.ويصاغ بنفس الطريقة .

ولكن يصبح من الصعوبة إثبات الفرض البديل مباشرة وهو الاتفاق فى كثافة المشاهدة لأنه سوف تكون هناك فروق بشكل ما ناتجه عن أى سبب أو عامل من العوامل المرتبطة .

ولذلك يصبح الفرض الصفرى بداية مناسبة لأى اختبار احصائى بعد ذلك . ولذلك تبدأ الاجراءات الإحصائية من منطلق عدم وجود علاقة ، أو عدم وجود اتفاق أو عدم وجود فروق ذات دلالة بين بارامترات الأصول والعينات ، أو العينات وبعضها نتيجة عدم كفاية البيانات والحقائق التى تشير إلى إمكانية صياغة الفرض البديل . بينما يتطلب الفرض البديل (التجريبى أو فرض البحث) وجود علاقة أو وجود اتفاق أو تباين أو فروق أو اختلاف ذى دلالة أو مغزى بين المتغيرات وبعضها ، فى حدود الثقة المقبولة . ويسهل الكشف بعد ذلك عن دلالة الارتباط أو دلالات الفروق فى الجداول الإحصائية تحت درجات الثقة المختارة فتثبت صحة الفرض التجريبى - إحصائياً - أو زيفه .

- هناك فروق ذات دلالة احصائية بمستوى ثقة ٩٥ . بين كثافة المشاهدة التليفزيونية للإناث والذكور لصالح الإناث (فرض موجه) .
- لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة المشاهدة التليفزيونية للإناث والذكور (فرض صفرى) .

والفرض الموجه يحتاج بداية إلى إثبات وجود الفروق أولاً من خلال المعاملات الإحصائية ، ثم البحث ثانياً عن دلالة هذه الفروق من خلال الجداول الإحصائية .

- هناك علاقة إرتباطية إيجابية دالة بين ترتيب أجندة الصحف ، وترتيب أجندة القراء للموضوعات الصحفية (فرض موجه) .

وهذا الفرض يمكن أن يصاغ بطريقة أخرى تعبر عن علاقات التأثير .

- يؤثر ترتيب أجندة الموضوعات فى الصحف على ترتيب القراء لأهمية هذه الموضوعات لهم (فرض موجه) .

فالفرض فى الحالة الأولى يستهدف الكشف عن معامل الارتباط بين ترتيب الاجندتين وتقديره، والجزم بعلاقة الأثر تعود بعد ذلك إلى نتيجة الكشف عن دلالة الارتباط فى الجداول الإحصائية للتأكد مما إذا كان الارتباط الإيجابى يعود فعلاً إلى تأثير ترتيب أجندة الصحف على ترتيب القراء لأجندة اهتماماتهم .

أما الفرض فى الحالة الثانية وإن كانت صياغته تختلف ، إلا أنه يستهدف ضمنا نفس الإجراءات الإحصائية كما فى الحالة الأولى للتقرير بصحته .

- لاتوجد علاقة ذات دلالة بين ترتيب أجندة الصحف لموضوعاتها ، وترتيب القراء لهذه الموضوعات (فرض صفرى) .

وهذا الفرض متى ثبتت صحته فإنه يشير إلى عدم صحة أى من الفرضين السابقين بداية دون الحاجة إلى البحث عن دلالات الفروق أو الارتباط على سبيل المثال ولكن اذا ثبت زيف هذا الفرض الصفرى . فهذا يعنى أن الفرض الموجه صحيح مؤقتاً ويبدأ الباحث بعد ذلك فى الكشف عن العلاقة واتجاهها ودلالاتها .

وبصفة عامة فإن أساس صياغة الفرض أن يتوفر في بنائه مقومات اختباره إحصائياً ، خصوصاً فى البحوث التجريبية وشبه التجريبيه التى تعتمد بالدرجة الأولى على اختبار العلاقات بين المتغيرات وتتجاوز حدود الوصف إلى الكشف عن الأسباب والمقومات فى علاقتها بالنتائج أو علاقات التأثير بين المتغيرات وبعضها .

ولذلك يجب أن يصاغ الفرض التجريبى أو فرض البحث ليكون قابلاً للاختبار إحصائياً بحيث يتضمن .

- وجود أو عدم وجود علاقة بين المتغيرات وبعضها .
- إتجاه هذه العلاقة فى حالة وجودها .
- قدر هذه العلاقة فى حالة وجودها .
- حدود الثقة التى يبحث فى إطارها دلالة العلاقة بين المتغيرات .

وتشير صياغة الفروض بهذا الشكل إلى ثراء الإطار النظرى للبحث ، وقدرة الباحث العلمية على بناء العلاقات الأولية بين المتغيرات من خلال دراسته الأولية المتعمقة لأدبيات البحث والإطار النظرى له .

وبشكل عام يجب الحذر تماماً من التوسع في استخدام الفرض الصفرى لأن قبوله أو رفضه لايعبر بشكل ثابت عن هذا القرار ، لأنه إجراء إحصائى مؤقت ، يجب إعادته متى توافرت بيانات كافيه لاختبار فروض تجريبيه أو إحصائية بديلة .

ولايعنى قبول الفرض الصفرى، التأكد من زيف الفرض التجريبى أو صحة الفرض التجريبى فى حالة رفضه، ولكن العكس هو الصحيح متى اعتمد الفرض التجريبى أو البديل على إطار نظرى قوى للبحث . فإن قبول الفرض التجريبى أو البديل يعنى زيف الفرض الصفرى ورفض الفرض التجريبى أو البديل يعنى فعلاً قبول الفرض الصفرى .

لأن الفرض الصفرى لايقوم على بناء سليم من قوة الاستقراء أو الاستدلال ، والحدس بعدم وجود العلاقة الذى يقوم على رؤية ثاقبة وناقدة للإطار النظرى للبحث ولكنه كما قلنا إجراء مؤقت وسريع يتجاوز به الباحث الوقت والجهد لبناء فروض تجريبية أو إحصائية بديلة تعبر بقوة عن التفسير الأولى للباحث الذى يقوم على أسس علمية سليمة وقدرة على التحليل والتركيب وبناء العلاقات . وهذا فى حد ذاته يعتبر مطلباً أساسياً من ضرورات صياغة الفروض العلمية وأهميتها ، لأن الفرض يجب أن يسهم بداية فى تنمية وتطوير مشكلة البحث وإجراءات دراستها ، وسبل الوصول إلى النتائج والتأكد من دقتها . وهو ما لايوفره الفرض الصفرى .

ولذلك فإنه فى رأينا يعتبر الفرض التجريبى (الموجه أو غير الموجه) هو الأساس فى صياغة الفروض العلمية ، ولانلجأ إلى الفرض الصفرى إلا فى حالات ندرة البيانات أو عدم كفاية الإطار النظرى للبحث .

ونشير إلى أهمية وفرة البيانات والحقائق واقتراب الباحث منها اقتراباً جاداً ، يحقق الالفة معها ، التى تسمح له بتوظيف هذه البيانات بشكل مثمر ومبدع فى صياغة تفسيرات أولية متميزة .

الفـــروض والتساؤلات

تعتبر صياغة الفروض العلمية والعلاقة بين المتغيرات خطوة منهجية من خطوات البحث العلمى وإجراء منظماً للوصول إلى النتائج الخاصة بهذا البحث . ولكنها ليست ملزمة للباحث فى جميع الأحوال لأن الإجراءات قد تستهدف الإجابة على عدد

من التساؤلات البحثية التى تتفرع عن المشكلة الرئيسية دون حاجة لاختبار العلاقات أو تجريبها .

ولذلك فإن صياغة الفروض العلمية تعتبر مطلباً منهجياً فى بعض الدراسات ، وقد لاتكون هناك ضرورة لها فى دراسات أخرى فيتم استبدال بديل آخر بها ، وهو أن يطرح الباحث عدداً من التساؤلات فى اطار منهجى توفر إجاباتها الحقائق التى تلبى حاجات البحث وتحقق أهدافه .

وعلى سبيل المثال لاتحتاج المسوح الوصفية إلى صياغة فروض علمية ، لأنها تستهدف فى مجموعها الإجابة على الأسئلة من ...؟ ماذا ...؟ أو كيف...؟ ولماذا...؟ تستهدف الإجابة فى أطر منفصلة وصف الواقع الراهن ، دون أن تتجاوز هذا الوصف إلى بناء علاقات بينها أو اختيار هذه العلاقات .

بينما فى الدراسات التجريبية وشبه التجريبية التى تستهدف وصف أو اختبار العلاقات السببية تتطلب صياغة فروض علمية تضع تفسيراً أولياً للعلاقات التى يستهدف وصفها أو اختبارها من خلال تعامل منهجى مع قاعدة وفيرة من المعلومات والحقائق .

ولذلك فإن وجود المتغيرات ، وملاحظة هذه المتغيرات فى حالتها الديناميكية التى تشير إلى علاقات التدعيم أو التأثير هو الذى يفرض بداية وضع التفسيرات الأولية لهذه العلاقات . أما وصف المتغيرات فى حالتها الساكنة أى فى حالات عدم وجود علاقات لها ببعضها أو عدم وجود علاقات للظاهرة البحثية بغيرها من الظواهر هذا الوصف لايحتاج إلى صياغة فروض علمية ويكتفى فى هذه الحالات بالتساؤلات المنهجية.

وبصفة عامة يتوقف الخيار بين صياغة الفروض العلمية وطرح التساؤلات على عدد من الاعتبارات يمكن إيجازها فيما يلى :

- طبيعة المشكلة أو الظاهرة البحثية وأهدافها -كماسبق أن أوضحنا- فالدراسة التى تستهدف الكشف عن سمات أو خصائص المتلقين،أو التعرف على سلوكهم الإتصالى مع وسائل الإعلام . أو تلك التى تقدم وصفاً لخصائص وسمات القائم بالاتصال، أو وصفاً لاتجاهات أى منهم،أو وصفاً للمحتوى الاعلامى،أو الدراسة التاريخية للوقائع الصحفية التى حدثت فى الماضى... وغيرها .مثل هذه الدراسات

يمكن الاكتفاء فيها بالتساؤلات التى تفيد الإجابة عليها فى تحقيق أهداف الدراسة، حيث تستهدف فى العادة دراسة متغير واحد أو متغيرات بمعزل عن بعضها .

أما الدراسات التى تستهدف وصف العلاقة بين السمات أو الخصائص من جانب وأنماط السلوك الاتصالى من جانب آخر ، أو وصف العلاقة بين خصائص القائم بالاتصال واتجاهاته نحو السياسات أو القضايا أو المحتوى الاعلامي ، أو اختبار تأثيرات محتوى معين على سلوك المتلقين فى حملة من الحملات .... وغيرها ، فى هذه الحالة يتطلب الأمر صياغة فروض علمية .

- تعدد المتغيرات الحاكمة فى المشكلة أو الظاهرة البحثية ، مع ظهور تفسيرات أولية لعلاقات تبعية أو تأثير بين هذه المتغيرات وبعضها ، مما يثير أهمية تحقيق واختبار هذه العلاقات لإثراء المعارف النظرية والفلسفية فى موضوع البحث والدراسة .
- وفرة البيانات والحقائق وكفاية الإطار النظرى والأدبيات العلمية التى تسمح بالاستقراء أو الاستدلال عن وجود العلاقات بين المتغيرات أو غيابها . بينما تعتبر ندرة البيانات والمعلومات سبباً لطرح التساؤلات التى تستهدف - من خلال الإجابة عليها - جمع البيانات والمعلومات المطلوب تبويبها وعرضها فى اطار منهجى . ولذلك لاتحتاج الدراسات الاستطلاعية أو الكشفية أو الصياغية عادة صياغة الفروض . ويكتفى فيها بطرح التساؤلات .

وفى جميع الأحوال يجب ألا يكون عجز الباحث عن الملاحظة العلمية للظاهرة وحركة المتغيرات ، والاقتراب منها من خلال التعمق فى دراستها الأولية ، أو يكون الرغبة فى تجاوز الوقت أو الجهد ، يجب ألا يكون ذلك سبباً فى الاكتفاء بطرح التساؤلات بديلاً عن الفروض العلمية التى يمكن أن تسهم بأدوار عديدة فى تنمية البحث وتطوير نظرياته .

ويجب ألا يلجأ الباحث إلى التساؤلات التى تبدأ بأدوات الاستفهام التى تقدم إجابات محدوده وضيقة مثل هل...؟ من.....؟ إلا إذا تأكد من أن الإجابة سوف تقدم حقائق ذات مغزى علمى ولن تكتفى بالإجابات المحدودة مثل نعم/ لا... إلى أخره .

وكذلك تجنب صياغة العلاقات الفرضية فى شكل تساؤلات مثل: هل كلما زاد تعرض الأطفال للبرامج الترفيهية تزيد حصيلتهم اللغوية؟ فهذه التساؤلات تعكس فقرا فى الإطار المعرفى لأن يسأل أولا عن وجود أو عدم وجود العلاقة..؟ذلك أن

الإجابة "بنعم" أو"لا" على سبيل المثال لاتضيف جديداً للمعارف النظرية أو الفلسفية لمجال البحث العلمى أو الفكرى أو المهنى. ولكنه يستلزم استكمال العمل البحثى للإجابة على الأسئلة الخاصة بالاتجاه والقيمة واختبارها لتعميمها باعتبارها حقائق توصلت إليها البحوث العلمية ويمكن أن تصاغ بعد ذلك فى تعميمات أو نظريات علمية .

ومن الأمثلة على الاكتفاء بطرح التساؤلات رغم أن المشكلة العلمية تضم عدداً من المتغيرات إلا أن البيانات المتاحة والأدبيات السابقة لم تسمح للباحث بتصور وجود علاقة بينها، فاستهدفت الكشف عن وجود العلاقة أو غيابها (محمد عبد الحميد ٩١)(١) .

فقد استهدفت الدراسة وصف المحتوى اللفظى ومحتوى الصور لموضوع واحد فى جريدة واحدة خلال فترة زمنية للكشف عما يكون متوقعاً من ارتباط بينهما فى النشر. فاكتفت بطرح التساؤلات التالية :

- ماهو مستوى الاتفاق بين اتجاه نشر النصوص ، والصور الصحفية ؟
- هل يختلف مستوى الاتفاق باختلاف موقع النشر ؟
- هل يعبر الاتفاق أو التباين فى نشر النصوص والصور الصحفية عن علاقة ذات دلالة بينهما ؟
- هل يختلف مستوى الاتفاق باختلافات فئات التصنيف ؟
- هل تصلح مستويات الاتفاق دليلاً على ثبات التحليل وصدق الترافق بينهما .

ورغم أن هذه الدراسة طرحت تساؤلات منهجية إلا أنها قدمت الإجابات فى إطار إحصائى اعتمد على معاملات إحصائية لتأكيد الحقائق التى انتهت إليها الدراسة .

وبالاضافة إلى ذلك فليس هناك مايحول دون صياغة الفروض وطرح التساؤلات معًا فى دراسة واحدة ، متى رأى الباحث أن ذلك سيكون أكثر ثراء للتفسير العلمى لحركة المتغيرات وعلاقاتها ، فى مشكلة البحث .

ولايتوقف الأمر فى الجمع بين الفروض والتساؤلات على إثراء التفسير العلمى لنتائج الدراسة فقط ، لكنه يسهم فى تجنب النقد الذى يوجه إلى الفروض العلمية ،

---

(١) محمد عبد الحميد : حدود الاتفاق بين نتائج تحليل محتوى النصوص والصور الصحفية، بحوث الإتصال، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد ٤ ، يناير ١٩٩١ ، ص١١٨ .

فيرى الخبراء أن الفروض قد تشجع الباحث على التحيز نحو تأكيد التفسيرات الأولية التى صاغها فى الفروض العلمية ، ويوجه الدراسة واجراءاتها المنهجية فى اتجاه الوصول إلى نتائج تتفق مع تفسيراته الأولية خصوصاً إذا كانت هذه التفسيرات تتفق مع أفكاره ومعتقداته الذاتيه التى قد لاتتفق فى بعض منها مع الحقائق والنظريات العلمية .

ومما يخشى منه أيضاً أن الفروض العلمية قد تحول دون ملاحظة الباحث لعناصر أو علاقات أخرى فى الظاهرة التى يدرسها اكتفاء بالمتغيرات والعلاقات التى صاغها فى فروض علمية ويحاول اختبارها. رغم ما يكون للعناصر والمتغيرات والعلاقات الأخرى من أهمية فى الكشف عن الحقائق التى تفسر الظاهرة تفسيراً سليماً .

ولذلك فإننا نرى أن طرح التساؤلات بجانب الفروض العلمية بجانب مايؤدى إليه من إثراء للتفسير العلمى ، فإنه يجنب البحث والباحث هذه المخاطر التى يحذر منها الخبراء ، لأن البحث فى إجاباتها سيعوض النقص الناتج عن عدم كفاية تناول كافة العناصر والمتغيرات وعلاقاتها ويحقق قدراً من الموضوعية فى الوصول إلى حقائق أخرى مضافة إلى مايصل إليه الباحث من خلال اختباره للفروض العلمية التى قام بصياغتها فى المراحل المبكرة .

تقويم الفروض

يعتبر الفرض كما سبق أن أوضحنا الخطوة الأولى فى المرحلة التطبيقية للبحث حيث يحدد بداية معالم الطريق للوصول إلى الحقائق التى يستهدفها الباحث ، ولايكفى للإقرار بقبول الفرض العلمى أن يكون مصاغًا فى جمل وعبارات لغوية بليغة . دون مقارنة الفرض المصاغ وفق معايير تحكم بقبول صياغة الفرض أو رفضها فى البداية .

ولعل أول هذه المعايير ما اتفق عليه الخبراء والباحثون من أن الفرض العلمى يعرف تطبيقياً بأنه **علاقة بين متغيرين أو أكثر** .

ولذلك فإن معيار القبول الأولى هو وجود متغيرات - بالمفهوم الذى قدمناه فى بداية هذا الكتاب - وتصور علاقة بين هذه المتغيرات . بما يعكس مفهوم الحركة فى هذه العلاقة سواء كانت تبعية أو تأثير أو ارتباط . وبالتالى يستبعد من مفهوم

الفرض فى هذه الحالة بناء تفسيرات خاصة بعناصر ساكنة فى الظاهرة محل الدراسة .

فتصور إمكانية تحفيز الطلاب على الانتظام فى متابعة القنوات التليفزيونية التعليمية ليس فرضًا . ولكن إمكانية تحفيز الطلاب على ذلك بتأثير عوامل أخرى يراها الباحث يعتبر فرضًا . لأن تأثير هذه العوامل يمكن اختباره .

ويجب الاتفاق بالتالى على ضرورة وجود متغيرين أو أكثر ، وقيام علاقة أولية بينهما يمكن اختبارها بطريقة من طرق البحث .

يضاف إلى ذلك عدد من المعايير التى يمكن تقويم جودة صياغة الفرض العلمى على أساسها :

١- إن بناء العلاقة الفرضية ليس تخمينًا *Geuss* أو تفسيراً نابعًا من خيال الباحث ولكنه خلاصة لعمليات عقلية عليا من التعامل مع الحقائق المتاحة من خلال التحليل والتركيب واقتراح البدائل وإجراء المقارنات بغرض الوصول إلى تفسيرات أولية دون تسرع أو مبالغة فى هذه التفسيرات وهذا هو مفهوم الحدس *Intuation* الذى يقوم بالاستقراء والاستدلال من أجل الوصول إلى تفسيرات قابلة للاختبار أو التحقق من صحتها أو زيفها .

٢- ولذلك يجب أن يتفق الفرض مع الحقائق التى أفرزتها الأدبيات السابقة ، أو النظريات العلمية التى استقرت ولا يتعارض معها . لأن البحث العلمى يتسم بالتواصل الذى يؤدى إلى التراكم المعرفى فى مجال التخصص .

ويثير هذا المعيار خلافًا حول حدود الاتفاق مع هذه الحقائق والنظريات التى قد تعتبر قيداً على الباحث فى الوقت الذى تدعو فيه إلى الابداع فى البحث العلمى . ولذلك يضع الباحث فى اعتباره أن التمرد على كل ما هو قائم ليس هدفًا فى حد ذاته ، ولكن ملاحظات الباحث ومراجعاته هى التى تقوده إلى التمرد على هذه الحقائق والنظريات مادامت قد ظهرت معالم تقادم هذه الحقائق والنظريات وعدم اتفاقها مع السياق العلمى المعاصر .

٣- إتفاق التفسيرات الأولية التى يقدمها الفرض العلمى مع المنطق. فلا تصل المبالغة بالباحث إلى صياغة تفسيرات غير مقبولة منطقيًا . فليس من المنطقى صياغة فرض علمى يربط قراءة الصحف فى مصر بتطور أسعار الصرف فى البورصات العالمية ولكن يمكن قبول العلاقة بين قراءة الصحف فى مصر وتطور

النشر والاذاعة عن وقائع وأحداث مونيكا-كلينتون فى أمريكا. وكذلك ليس من المقبول صياغة فرض علمى حول اتجاهات الشعب الأمريكى من هذه الوقائع واتفاقها مع اتجاهات الصحف المعارضة والمستقلة فى مصر اتفاقًا ذا دلالة أو مغزى علمى .

ولذلك يعتبر نقد الفرض بداية والتأكد من اتفاقه مع الحقائق وقبوله منطقياً والتأكد من عدم التناقض فى بنائه ، كل ذلك يعتبر ضرورة أثناء عملية التحليل وإعادة بناء العلاقات الفرضية قبل صياغته .

٤- وبالاضافة إلى ذلك يجب أن يكون بناء الفرض العلمى قابلاً للاختبار والتحقيق. وتحقيق هذا الشرط يرتبط أيضًا بتوافر المقومات أو المتطلبات السابقة . بجانب ضرورة إمكانية إجراء التطبيقات واستخدام المناهج والأدوات المتوفرة - وهى الإجراءات الفنية - للوصول إلى الحقائق النهائية التى يمكن مقارنتها بالفرض العلمى وإثبات صحته أو زيفه .

فيجب أن يكون هناك تعريف دقيق للمتغيرات والمفاهيم والمصطلحات العلمية ، وتحديد لاتجاه حركة المتغيرات ، ونمط العلاقة بين هذه المتغيرات بالشكل الذى يقدم إجابة أولية على التساؤلات الخاصة بالمناهج المختارة وأدوات جمع البيانات اللازمة ، والمقاييس والاختبارات المطلوبة وكذلك الطرق الإحصائية المناسبة . فكل هذه الأمور يحددها بداية البناء السليم للفرض العلمى .

وعلى سبيل المثال يؤثر حجم المتغيرات المختارة وخصائصها فى اختيار أدوات جمع البيانات ، وإمكانيات التجريب . بجانب أن وضوح العلاقة بين المتغيرات تحدد بدقة الطرق الإحصائية ، ذلك أن قياس الارتباطات يختلف عن قياس الفروق، والمتغيرات الوصفية تختلف فى قياساتها عن المتغيرات الكمية... وهكذا. ولذلك يجب أن يكون كل ذلك واضحًا ومصاغًا فى أشكال تشير ببساطة ووضوح إلى إمكانية تطبيق الإجراءات المنهجية والفنية ببساطة وسهولة .

٥- وتعتبر البساطة والوضوح فى صياغة الفروض مطلبًا ضروريًا يحدد للباحث طريقه فى العمل واتجاهه فى التفسير النهائى . ولذلك يجب أن تختار العبارات الواضحة والجمل القصيرة والرموز الدالة بسهولة ويسر ، بجانب الإشارة السريعة إلى نمط العلاقات وحدودها . وكلما كان التعبير كميا عن

المتغيرات والعلاقات كلما كان أفضل بدلاً من الغموض الذى يصاحب الرموز القيمية التى يمكن أن يختلف على تقديرها الباحثون أو تختلف فى القيمة من سياق إلى آخر .

٦- ولايمكن أن نحدد عدداً معيارياً للفروض ، ولكن ذلك يرتبط بطبيعة كل بحث وأهدافه حيث تتعدد الفروض مع تعدد الأهداف البحثية . إلا أننا نرى أنه كلما كان العدد محدوداً بحدود الأهداف فقط كلما كان ذلك أكثر سهولة للباحث فى الإجراءات التطبيقة والفنية .

كما أن التحقق من فرض واحد يحمل فى نفس الوقت نتائج التحقق من نقيضه. ولذلك يصبح من العبث صياغة فرضين أحدهما يعبر عن وجود علاقة مثلاً والأخر صفرى لنفس المتغيرات .

٧- ويضع الباحث فى اعتباره أن ناتج اختبار الفروض والتحقق من صحتها لايؤثر فى قيمتها بالسلب أو الإيجاب . فالفرض الصحيح لايعنى أنه أكثر قيمة من الفرض الزائف فكلاهما قد قام بدوره المنهجى وانتهى إلى نتيجة وقدم حقائق تثير البحث فى مشكلات أو ظاهرات جديدة قد تشير إليها الفروض غير الصحيحة أو الزائفة. ولذلك يركز الخبراء على أن الفرض هو تفسير ترتبط صلاحيته بنتائج اختباره . بل إن الفروض غير الصحيحة أو الزائفة تدفع الباحث عادة إلى تقصى التفسيرات الخاصة بعدم صحة الفرض والتعمق فى الأسباب التى قد تصل إلى إعادة النظر فى الحقائق والنظريات القائمة . ولايعنى اطلاقاً عدم صحة الفرض قصوره فى تحقيق أغراضه العلمية ، ولكن تظل له نفس القيمة العلمية فى التفسير واستثارة البحث فى حقائق جديدة خاصة بنفس الظاهرة .

ونود أن نشير فى الختام إلى أن أهمية الفرض العلمى تظهر أساساً فى أنه مدخل لتنظيم تفكير الباحث ، ومرشد له فى تنظيم خطواته المنهجية واجراءاته الفنية وتفسيراته النهائية . ولاترتبط صياغة الفروض بمنهج بذاته أو دراسة بعينها من تصنيفات الدراسات والمناهج ولكنه يرتبط أولاً وأخيراً بهدف البحث فى العلاقات بين المتغيرات التى تعكس أسباب حركة الظاهرة أو تأثيراتها.والتى يمكن إثباتها من خلال الوصف أو التجريب أو من خلالهما معًا .



نظـــام العينـــات

على الرغم من الاتجاه إلى تجزئ جمهور وسائل الإعلام *Dymassification* إلى فئات ذات خصائص معينة يسهل التوجه إليها ومخاطبتها . إلا أن ضخامة حجم هذا الجمهور أو حجم هذه الفئات مازالت من أهم المحددات الأساسية لتعريف هذا الجمهور أو فئاته .

وبالمثل على الرغم من الاتجاه إلى التخصص فى محتوى الإعلام بما يتفق مع حاجات هذه الفئات إلا أن الكشف عن الأهداف الخاصة بدراسة هذا المحتوى فى وسائل الاعلام المختلفة يحتاج إلى التعامل مع أعداد كبيرة من الوثائق المطبوعة أو المسجلة خلال فترات زمنية طويلة تفرضها الأهداف الخاصة بدراسة المحتوى المنشور أو المذاع خلالها .

ولذلك فإنه من أهم الخصائص المميزة للدراسات الإعلامية أنها تتعامل مع قاعدة معرفية عريضة أساسها الجمهور كبير الحجم أو المحتوى المنشور أو المذاع خلال ساعات أو أيام أو فترات زمنية طويلة . وهذا مايحول دون التعامل مع هذه القاعدة المعرفية بأسلوب الحصر أو الرصد الشامل لكل مفرداتها .

ويصبح التعامل بنظام العينات *Sampling* هو الأساس فى الدراسات الإعلامية ، فيلجأ الباحث إلى اختيار عدد محدود من المفردات يكون ممثلاً فى خصائصه وسماته للمجموع من أفراد الجمهور أو الوثائق المطبوعة أو المسجلة ، بما يتفق مع أهداف الدراسة فى حدود الوقت والإمكانيات المتاحة .

نظـــــام
العيـــــنات

ونظام العينات أو عملية المعاينة *Sampling* هو الذى ينظم عملية اختيار العدد المحدود من المفردات من المجتمع الكل الذى يمثل مجتمع البحث .

مجتمع البحث *Population* :

هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التى يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة. ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المجتمع المستهدف *Target Population* الذى يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته. إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته،فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات *Accessible Papulation*.والذى يعتبر عادة جزءا ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبى حاجات الدراسة وأهدافها، وتختار منه عينة البحث .

ففى دراسة (حسن عماد ٩٢)(١)بعنوان "استخدامات التليفزيون وإشباعاته فى سلطنة عمان - دراسة مسحية مقارنة لعينه من طلاب الجامعة" . تعتبر سلطنة عمان هى المجتمع المستهدف ، وطلاب الجامعة هى المجتمع المتاح دراسته والذى يتم اختيار العينة من بين مجموع مفرداته كما يشير إليه عنوان البحث .

وقد يتم تحديد كل من المجتمع المستهدف والمجتمع الممكن فى عنوان البحث أو الدراسة ، مثل البحث المشار إليه . وبحث (منصور كدسة٩١)(٢) "اتجاهات الآباء المتخصصين نحو أثر التليفزيون على الأبناء - دراسة تطبيقية على حملة درجة الدكتوراه فى الإعلام والتربية" فقد حدد البحث المجتمع المستهدف فى مجموع الآباء المتخصصين فى مختلف التخصصات ، ثم انتقل منها إلى المجتمع المتاح وهو مجموع الآباء الحاصلين على درجة الدكتوراه فى الإعلام والتربية . واختار منهم بالتالى مجموع مفردات العينة البالغ عددها ١٢٨ مفردة .

وقد يتم تحديد المجتمع المستهدف فى عنوان البحث أو الدراسة ، ويتم تحديد

---

(١) حسن عماد عماد : استخدامات التليفزيون وإشباعاته فى سلطنة عمان، بحوث الإتصال، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد٨، ديسمبر١٩٩٢، ص.ص ٩٥-١٢٨ .

(٢) منصور كدسة : مرجع سابق .

المجتمع المتاح أو الممكن فى تقرير الباحث لحدود البحث ، أو تقريره للإجراءات كما فى دراسة (سامى عبد العزيز ٩١)[١] بعنوان "تأثير الإعلان التليفزيونى على السلوك الشرائى للطفل- دراسة ميدانية" فالمجتمع المستهدف هو الطفل . إلا أن الباحث لم يدرس الطفل من خلال مجتمع الطفولة ، ولكنه استقى المعلومات من مجتمع آخر هو مجتمع الأمهات باعتباره المصدر الأساسى فى أغلب الدراسات المتعلقة بالطفولة واتجاهاتها وسلوكياتها وبخاصة الأطفال فى مراحل الطفولة المبكرة والوسيطة .

وكذلك فى دراسة (نبيل طلب ٩٤)[٢] بعنوان "اتجاهات المرأة السعودية نحو برامج المرأة بالراديو والتليفزيون السعودى" فالمجتمع المستهدف هو مجتمع المرأة السعودية فى المملكة العربية السعودية . إلا أن صعوبة إجراء مثل هذه الدراسة على المجتمع المستهدف قصرت الدراسة على عينة من المرأة السعودية فى مدينة جدة ثم استقاء المعلومات منها من خلال شبكة الاتصال بالطالبات فى جامعة الملك عبد العزيز بجدة .

وفى مجال التفرقة بين المجتمع المستهدف والمجتمع المتاح نود أن نشير إلى الآتى :

١- يتم اختيار المجتمع المتاح بنفس خصائص المجتمع المستهدف ، بحيث لاتثير مشكلة صدق التمثيل *Representative* صعوبة فى أي من جوانبها .

٢- اختيار العينة يكون من خلال المجتمع المتاح وليس المجتمع المستهدف ، حتى وإن تم اختيار المجتمع المتاح بأسلوب العينات (عينة التجمعات مثلاً ، كماسيأتى شرحه بعد) من المجتمع المستهدف .

٣- يفضل أن ينسب حجم العينة إلى المجتمع المستهدف حيث يسمح باختيار النسبة المحدودة لضخامة حجم المجتمع المستهدف . وإن تم اختيار الحجم منسوبا إلى المجتمع المتاح فيجب أن تزيد النسبة ، حتى يظل حجم العينة ثابتا فى الحالتين فالعينة التى يصل حجمها إلى ٣٠٠٠ مفردة قد تمثل بالنسبة للمجتمع المستهدف (طالبات مثلاً)١٪ لكنها تمثل بالنسبة للمجتمع المتاح ١٠٪ اذا

(١) سامى عبد العزيز : مرجع سابق .

(٢) نبيل طلب : مرجع سابق .

ماتم اختيار العينة من طالبات حى من الأحياء فى مدينة كبيرة كالقاهرة مثلاً .

٤- إن تعميم نتائج البحث يجب أن يتصل بالمجتمع المستهدف وليس المجتمع المتاح. حيث أن التعميم على المجتمع المتاح لايمثل اضافة علمية تثرى النظرية أو التطبيق .

وبالإضافة إلى ذلك نشير إلى أن التفرقة بين كلا المستويين من مجتمع البحث لاتظهر إلا عند تقرير إطار العينة الذى سوف يتعامل معه الباحث ، ولكن هذه التفرقة تختفى بعد ذلك حيث يتعامل الباحث مع مفردات العينة بعد اختيارها بالأسلوب والطريقة التى يقبلها وتحقق صدق تمثيل العينة لمجتمع البحث .

إطار العينة *Sample Frame* :

نظراً لأن مجتمع البحث هو مجرد مفهوم يتطلب تعريفه من خلال إطار مكانى أو زمانى أو بشرى . مثل "البرامج التليفزيونية المستوردة" أو "المرأة المصرية" أو "طفل القرية" أو "الصحافة الأمريكية" أو تعريفه من خلال الخصائص والسمات أو دلالات الانتماء، مثل "الصحف المسائية" أو "طلاب الجامعات" أو "المراهقون" أو "الشباب" .... إلى آخره .

ويظل أيضاً فى إطار المفهوم حتى لو امتد التعريف من خلال محددات متعددة مثل "المرأة المصرية / العاملة" أو "المرأة المصرية / العاملة / فى الريف" أو "الصحف المسائية فى مصر خلال السبعينيات" أو "البرامج التليفزيونية المتخصصة".... إلى أخره .

يظل مجتمع البحث فى إطار المفهوم مالم يتم تحديد إطار وثائقى لهذا المجتمع يتعامل معه الباحث مادياً لاختيار مفردات العينة بطريقة أو أخرى .

وإطار العينة يمثل المصدر الذى يختار منه الباحث مفردات العينة اختيارا محدداً وبذلك يمثل حدود مجتمع البحث من حيث البدايات والنهايات وبعض الخصائص أو السمات : مثل سجلات المواليد أو دفاتر السجل المدنى . أو دفاتر التراخيص ، أو دليل التليفون أو قوائم المشتركين فى القنوات المشفرة ، أو قوائم المشتركين فى الصحف أو سجلات توزيع الصحف ..... أو سجلات القيد بالمدارس والجامعات أو النقابات ..... إلى أخره .

ويشترط أن يتحقق فى إطار العينة المواصفات التالية :

١- **الشمول** : أي يتوفر في مجموع المفردات الذي يضمه نفس الخصائص التي يتم وصف مجتمع البحث من خلالها (النوع/ العمر / السكن .... وغيرها من الخصائص التي يمكن تصنيف المجتمع إلى فئات من خلالها .

٢- **الكمال** : حتى يعكس العدد الحقيقي لحجم مجتمع البحث . فلا يكون منقوصاً يؤثر في تحديد هذا الحجم الحقيقي . ولذلك ينبغي أن يكون الاطار جديداً وكاملاً غير منقوص في القيد والتسجيل . فلا يعتمد الباحث على سجلات أو دفاتر تقادمت تاريخياً . أو لم ينتظم التسجيل والقيد فيها خلال الفترات الزمنية المطلوبة .

٣- **الكفاية** : وترتبط كفاية الإطار بتلبيته لحاجات ومتطلبات تطبيق نظام العينات أو طرق الاختيار . فالإطار الذي يضم المشتركين في الصحف لمدة عام فقط لايعكس كل المشتركين، أو المشتركين من الرجال فقط، أو دفاتر النقابات التي لاتضم وصفًا للعمر من خلال تسجيل تاريخ الميلاد لاتعتبر كافية ، أو سجلات الصحف التي لاتوضح جنسية المالك مثلاً ..... وغيرها من المتطلبات التي قد تعتبر ضرورية لبحث ما ، فلا يلبي هذه المتطلبات لعدم كفايته .

وهذه الشروط يتأكد منها الباحث . لأن غياب أحدها سيؤدي إلى ظهور أخطاء تؤثر في اختيار العينة ، وصدق تمثيلها بالتالي .

العينات *Samples* :

العينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيًا ، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة . ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً *Representative* لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع .

المفردة *Item /Subject* :

هي الوحدة في هذه العينة والذي قد يكون العدد من الصحيفة ، أو اليوم في الإذاعة أو البث ، أو الفرد من جمهور المتلقين . وقد يكون الفرد الواحد في إحدى فئات العينة التي تجتمع لها خاصية معينة ، فتتفق خاصية المفردة في هذه الحالة مع خاصية الفئة التي تختار منها . مثل العدد الواحد من اسم الصحيفة من صحف

المعارضة ، أو يوم الإذاعة من برامج المرأة ، أو الطفل من أطفال الطفولة المبكرة أو الطالب من طلاب الجامعات .

ويختار الباحث المفردة من إطار العينة ، ويشكل مجموع هذه المفردات حجم العينة *Sample Size* الذى يتم تحديده عادة بنسبة من مجتمع البحث وكلما زاد عدد مفردات العينة وارتفعت نسبة هذا العدد - حجم العينة - كلما كانت أكثر تمثيلاً لمجتمع البحث .

ويتوقف تحديد حجم العينة على عدد من الاعتبارات التى تؤثر فى هذا القرار من هذه الاعتبارات مايلى :

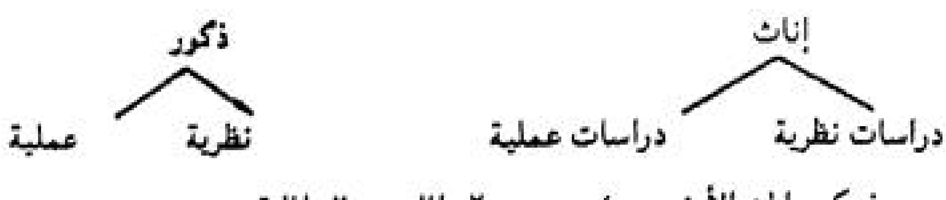
١- قدر التجانس بين مفردات المجتمع فى الخصائص أو السمات ، فكلما زادت درجة التجانس بين مفردات المجتمع أمكن اختيار عدد أقل من المفردات لبناء العينة .

٢- التوزيع الجغرافى للمفردات وهو مايعكس تشتتها وانتشارها ، ذلك أنه كلما زاد انتشار المفردات أو كانت موزعة على مناطق جغرافية متباعدة كلما تطلب الأمر زيادة حجم العينة .

٣- كفاية المعلومات التى يوفرها إطار العينة لاختيار المفردات، فكلما كان اطار العينة شاملاً كاملاً يلبى حاجة البحث يمكن اختيار عينة أقل حجماً ، بينما يجب زيادة الحجم فى حالة غياب بعض المعلومات أو البيانات أو عدم استخدام أطر للعينة تلبى حاجات الاختيار وشروطه .

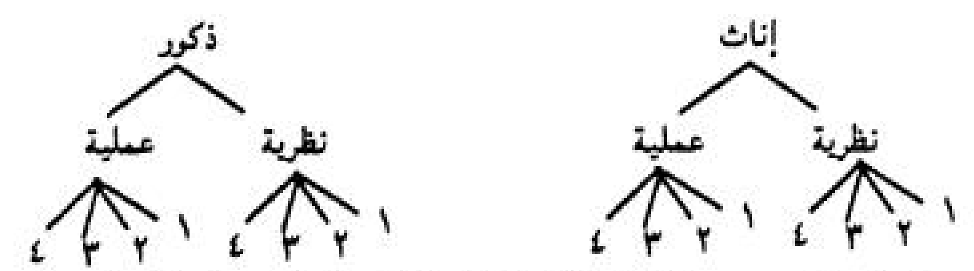
٤- عدد الفئات التى سوف يتم دراستها والمتغيرات التى يتم وصف مجتمع البحث من خلالها . واختيار العينة من فئة واحدة هى فئة الطلاب تقل فى حجمها عن عينة أخرى تضم طلبة وطالبات ، والأخيرة تقل فى حجمها عن عينة أخرى يتم توزيع الطلبة والطالبات على أساسها مثل التخصصات الأكاديمية ، أو الفرق الدراسية .

وعلى سبيل المثال إذا كان الهدف من الدراسة هو الوصف المقارن لتعرض الطلاب لوسائل الاعلام فالحد الأدنى الذى يمثل هؤلاء الطلاب من حيث النوع هو مفردة واحدة (ذكور)+مفرده واحدة (إناث) أما إذا كان يتم توزيع الطلاب على التخصصات الأكاديمية . فيكون الحد الأدنى كالآتى :



فيكون الحد الأدنى = ٤   ٢ طالب + ٢ طالبة .

وإذا ماتم توزيعهم على أساس الفرق الدراسية يكون التوزيع الذى يمثل الحد الأدنى كالآتى :



فيكون المجموع = ١٦ يمثل الحد الأدنى للاختبار الذى يمثل الخصائص التى يتم توزيع طلاب الجامعة على أساسها

٢ نوع × ٢ تخصص × ٤ فرق دراسة = ١٦ مفرده

وهكذا يمكن تحديد الحد الأدنى الذى تمثل فيه مفردة تجتمع لها الخصائص المطلوب دراستها باعتبارها متغيرات فرضية .

٥- ويتأثر أيضًا حجم العينة بالمنهج المستخدم فى البحث وما يتطلبه من أدوات لجمع البيانات، فالمسح *Survey* على سبيل المثال يحتاج إلى عينة حجمها أكبر خاصة إذا كانت متعددة الخصائص كما سبق أن أوضحنا ، بينما يحتاج والتجريب *Experement* إلى أعداد أقل .

ويرتبط أيضًا حجم العينة بأهداف الدراسة التى تظهر فى تعدد المتغيرات ومنهج البحث.وكذلك فى المعاملات الاحصائية.فالتحليل العاملى*Factor Analysis* يحتاج إلى عينات حجمها أكبر يفرضها تعدد الاستجابات ، وتعدد المتغيرات . بينما يقل حجم العينة فى دراسات العامل الواحد أو العوامل المحدودة وهناك اعتبارات أخرى مثل الوقت والإمكانيات المتاحة التى قد تحول دون اختبار عينات كبيرة الحجم . إلا أنه يجب ألا يستسلم الباحث لهذه الصعوبات لأن التعميم يظل مرهونًا بكفاية العينة ومدى تمثيلها للمجتمع .

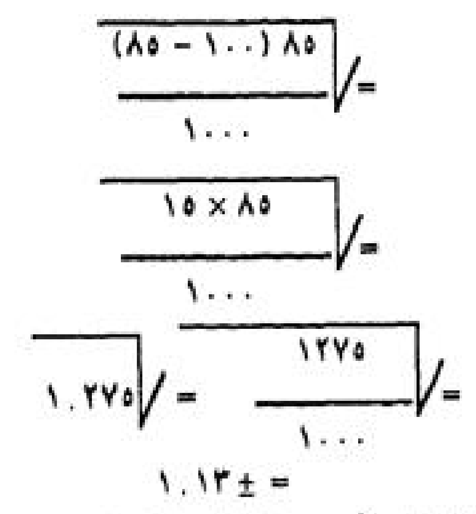
ويكاد يكون هناك اتفاق بين الخبراء بأنه لايمكن الجزم بنسبة معينة لحجم العينة-

الممثلة إلا أن الأفضل دائماً هو اختيار الحجم الأكبر بقدر الامكان ذلك أن عينة قوامها ٢٠٪ من المجتمع الأصلى تكون أفضل من ١٠٪ التى يمكن قبولها وأفضل من ٥٪ التى يمكن قبولها بتحفظ بينما لاتقبل عينة أقل من ذلك فى بعض الدراسات ، ولكنها قد تصل فى دراسات أخرى مثل الدراسات المسحية إلى ٠.١٪ مثلاً وتكون مقبولة متى توفر فيها تمثيل خصائص مجتمع البحث . ويمكن الاستعانه بالطرق الإحصائية للعلاقة بين حجم العينه والمجتمع الأصلى فى إطار بعض المعاملات الإحصائية . وكذلك نسبة الخطأ المسموح به ودرجة الثقة المطلوبة عند تحديد نسبة العينة .

واستعان ويمر ودومينيك(*R.D.Wimmer & J.R.D.ominick83;68-72*) بصيغة إحصائية لتقرير نسبة الخطأ المعياري في نتائج رصد التكرارات الناتج عن أخطاء العينات. وهذه النسبة يمكن أن تمثل حدود الخطأ المسموح فى نتائج رصد التكرارات أو تقرير النتائج بناء على نتائج الرصد± الخطأ المعيارى والذى يتم حسابه كالآتى :

$$\text{نسبة الخطأ المعيارى S.E} = \sqrt{\frac{\text{نسبة التكرارات الملاحظة} (١٠٠ - \text{نسبة التكرارات الملاحظة})}{\text{عدد مفردات العينة (ن)}}}$$

فإذا تم رصد تكرار القراءة المنتظمة للصحف في عينة قوامها ١٠٠٠ مفردة بنسبة ٨٥٪ فإن الخطأ المعيارى فى رصد هذه النتيجة يمكن حسابه كالآتى :



$$= \sqrt{\frac{٨٥ (١٠٠ - ٨٥)}{١٠٠٠}}$$

$$= \sqrt{\frac{٨٥ \times ١٥}{١٠٠٠}}$$

$$= \sqrt{\frac{١٢٧٥}{١٠٠٠}} = \sqrt{١.٢٧٥}$$

$$= ± ١.١٣$$

وذلك يمكن تقدير النتائج بأن نسبة القراءة المنتظمة للصحف بين أفراد العينة تتراوح بين ٨٧.٨٣٪ ، ٨٦.١٣٪ .

وتقدم شركات التسويق التى تقوم بإصدار التقارير الخاصة بتقديرات المشاهدة

أو الاستماع Rating مثل نيلسون وأربترون أو الاتحاد القومى للإذاعيين فى أمريكا بإعداد جداول لحساب مجال الخطأ المذكور الذى يعكس مجال الثقة فى النتائج Confi-dence Interval بمستوى الثقة المطلوب Confidence Level وهو ٩٥٪ . وتقوم مثل هذه المؤسسات بإصدار تقارير التقدير بناء على هذه الجداول التى يمكن من خلالها تحديد مجال الثقة بالنسبة لعينات حتى ٥٠٠٠ مفردة ونسب رصد حتى ٥٠٪

وبصفة عامة ليس هناك حجم معياري للعينات ولكنها مستويات يفضلها الخبراء والباحثون، وتتوقف على عدد العوامل والمتغيرات التى يدرسها الباحث . ويتوقف قراره فى النهاية على الاسترشاد بالدراسات السابقة . مع مراعاة أن المبدأ هو اختيار الحجم الأكبر دائماً، وتحديد نسبة زائدة لتعويض الفاقد أثناء الدراسة وبصفة خاصة فى الاستقصاءات . ومراعاة أيضًا أن تمثيل العينة للمجتمع هو الأساس وليس حجمها . ولذلك يجب أن يكون المعيار الأول هو خصائص العينة التى تعكسها مقاييس النزعة المركزية والتشتت التى تفيد فى الكشف عن إتفاق خصائص العينة مع خصائص المجتمع .

أنـواع العينـات

وطـرق اختيارها

يتفق الخبراء على تقسيم العينات إلى أنواع رئيسية تبعًا لتدخل الباحث فى اختيار الطريقة والمفردات وخضوعها بالتالى لقوانين الاحتمالات،أو عدم خضوعها لهذه القوانين،حيث تتأثر فى الحالة الأخيرة بتدخل العامل الشخصى فى الاختيار.

ولذلك نجد هناك تصنيفًا للعينات على أساس أنها احتمالية Propability ، أو عشوائية Rondom حيث لايتدخل الباحث فى اختيارها ولكنها تختار بطريقة عشوائية كما سيأتى تفصيله بعد . أو أنها غير احتمالية Nonpropability أو غير عشوائية Nonrondom أو عمدية Purposive حيث يسمح بتدخل العامل الشخصى فى الاختيار .

إلا أن الواقع التطبيقى لايسمح بهذا التصنيف خارج حدود قاعات الدرس ، لأن التطبيق يفرض على الباحث فى أحوال عديدة تطبيق النوعين معًا فى الاختيار . حيث يبدأ بتحديد الشكل الذى يحقق قدر التجانس المطلوب مع المجتمع ، ويتجاوز به صعوبات الوقت والجهد والإمكانيات ويتفق مع أهداف الدراسة ومتطلباتها . ثم يبدأ

بعد ذلك اختيار المفردات من بين هذا الشكل ، هذا الاختيار الذى يوفر للباحث كم المفردات المطلوبة وهو حجم العينة التى سيتم التعامل معها منهجيًا .

وبهذا الاختيار يحقق الباحث عنصر الكيف *Quality* والكم *Quantity* فى اختيار العينة ومفرداتها .

وباستعادة طرق اختيار العينات تطبيقيًا - فى معظم البحوث التى تم إجراؤها فى الدراسات الإعلامية وغيرها - نجد الباحث يقدم وصفًا للعينه المختاره من خلال العنصرين معًا . فالباحث عادة يختار العينة الطبقية على سبيل المثال ثم يختار المفردات بعد ذلك من بين الفئات بالطريقة العشوائية أو المنتظمة . لأن تمثيل العينة لخصائص المجتمع تفرض عليه اختياراً من بين الأنواع ثم يفرض اختيار الحجم اختياراً آخر مكملاً للأول .

ولذلك نعرض أنواع العينات التى توفر الشكل المناسب الذى يحقق تمثيل العينة لخصائص المجتمع، ويليها الأنواع التى توفر اختيار عدد المفردات لنفس العينة .

* **العينة الطبقية** *.Stratified Sample* :

وتعتبر من أكثر الطرق شيوعًا فى الدراسات الإعلامية وبصفة خاصة جمهور الإعلام أو الرأى العام . حيث توفر هذه الطريقة التمثيل النسبى لخصائص المجتمع ، التى تعتبر مطلبًا فى الدراسة . فالباحث قد يستهدف دراسة الاستخدامات فى علاقتها بمتغير النوع (ذكور / إناث) أو متغير مستوى التعليم (أمى / يقرأ ويكتب / تعليم متوسط / تعليم عالى) .

وتمثيل العينة للمجتمع يفرض على الباحث الوقوف على نسبة تمثيل هذه الفئات فى مجتمع البحث،لتحديد عدد المفردات من كل فئة فى العينة بنفس النسبة .

فإذا كان نسبة الذكور إلى الاناث فى المجتمع تعادل ٥٥٪:٤٥٪ وكانت العينة قوامها ١٠٠٠ مفردة فإن الباحث يجب أن يحدد عدد الذكور فى العينة ٥٥٠ مفردة والإناث ٤٥٠ مفردة .

أو كانت نسبة تمثيل الفئات لمتغير مستوى التعليم فى المجتمع ٣٠٪ أمى / ٢٠٪ يقرأ ويكتب/ ٤٠٪ تعليم متوسط/ ١٠٪ تعليم عالى) فيختار الباحث عدد المفردات فى العينة (١٠٠٠مفردة) بنفس النسبة ٣٠٠ أمى/ ٢٠٠ يقرأ ويكتب/ ٤٠٠ تعليم متوسط/ ١٠٠ تعليم عالى) .

وإذا كان وصف المجتمع من خلال المتغيرين معًا فيتم تقسيم كل فئة فى متغير مستوى التعليم إلى ذكور وإناث بنسبة ٥٥٪-٤٥٪ فيتم اختيار المفردات من الأميين ١٦٥ذكور ١٣٥ إناث/ومن يقرأ ويكتب ١١٠ ذكور ٩٠ إناث ...... وهكذا . وبذلك تعكس العينة التقسيم الطبقى أو الفئوى للمجتمع .

وعلى الرغم من الجهود التى تحتاجها مثل هذه العينة ، وضرورة توافر إحصاءات سليمة فى أطر صادقة لاختيار العينات ، لمعرفة تمثيل الطبقات *Strata* أو الفئات *Categories* فى المجتمع . على الرغم من ذلك فإنها أكثر الاختيارات التى توفر درجة عالية من تمثيل خصائص المجتمع فى عينة البحث . وبالتالى تخفيض أخطاء العينات إلى مستوى كبير .

*** العينة الحصصية *Quota Sample* :**

نظرًا لأنه قد تكون هناك صعوبات فى الحصول على التمثيل النسبى للطبقات أو الفئات فى مجتمع البحث ، لعدم كفاية إطار البيانات أو تقادمها ، أو غياب المصادر الأصلية لها أساسًا . أو زيادة الوقت والجهد فى الحصول على البيانات الخاصة بالفئات . فى هذه الحالة يلجأ الباحث إلى تحديد عدد المفردات لكل فئة فى العينة بناء على تقديراته وأحكامه الذاتية أو بناء على خبرات سابقة .

وفى هذه الحالة يحدد الباحث المتغيرات والفئات التى يدرسها ثم يختار عددًا من المفردات يمثل كل فئة فى العينة دون الحاجة لنسبة تمثيلها فى المجتمع . بحيث تكون حصة كل فئة هى الرقم الذى حدده الباحث .

فإذا لم يكن لديه إحصاءات لنسب تمثيل الفئات فى المجتمع (فى المثال السابق) فإنه قد يختار أن يوزع العينه بالتساوى بين الذكور والاناث ٥٠٠ ذكور/ ٥٠٠ إناث وقد يرى نسبة أخرى(حصة) لفئات مستوى التعليم متساوية فيقسم كل فئة من الفئات السابقة بالتساوى أيضًا على ١٢٥مفردة لكل مستوى تعليمى بين الذكور ، ومثلها بين الإناث ...... وهكذا .

وعلى الرغم من وجود الفئات داخل بناء العينة إلا أن غياب مستوى تمثيلها ، يجعل العينة غير ممثلة وبالتالى يصعب التعميم من خلال نتائج دراستها . ولذلك لاينصح باستخدامها إلا فى حالات صعوبة اختيار بديل آخر مثل العينة الطبقية . أو مبرر قوى لاختيارها. ولكن فى جميع الأحوال يظل الحذر من التعميم من أهم

عيوب هذا النوع .

* **عينة التجمعات *Clusters Sample* :**

يعتبر التمثيل الجغرافى أساسياً فى كثير من البحوث لأغراض المقارنة ، حيث يستهدف البحث دراسة أنماط المشاهدة، أو الإقبال على القراءة، أو مستويات التفضيل والاهتمام للبرامج الاذاعية والتليفزيونية ، أو استخدامات وسائل الإعلام بين أقاليم مختلفة، أو ثقافات متباينة، ومن خلال التقسيم الطبقى أيضاً داخل هذه الاقاليم أو المدن أو المحافظات .... إلى آخره .

ويشكل اختيار العينة فى هذه الحالة صعوبة فى تحديدها من بين كل المدن أو القرى التى تنتمى للإقليم أو المحافظة . على أساس اختيار عدد من المفردات فى كل مدينة أو كل قرية فيها . ولذلك يكتفى الباحث باختيار تجمع واحد *Cluster* داخل الإقليم أو المحافظة يمثلها - مدينة أو قرية - ويختار من هذا التجمع ، مفردات العينة التى سوف يتعامل معها الباحث . ولذلك تسمى أيضاً العينة المساحية *Area Sample* حيث يتم تقسيم المجتمع إلى مساحات أو أقاليم أو مناطق أو قطاعات جغرافية ثم يختار من كل منها تجمعاً تختار من بينه مفردات العينة .

ويتم اختيار التجمعات عادة على مراحل : فيتم تقسيم المجتمع أولاً إلى محافظات (على سبيل المثال) ثم يختار منها عدد من المحافظات(عشوائى أو عمدى) ثم يقسم المحافظات التى اختارها إلى مراكز ويختار من بينها المركز الذى سيختار منه بالتالى القرية أو المدينة(التجمع) التى سيختار منها مفردات العينة التى تمثل الإقليم والمحافظة فى النهاية .

ونظراً لهذا التدرج فى الاختيار محافظة/مركز/قرية/مفردات . فإنه يطلق عليها أيضاً **العينةالعنقودية** .

ويتطلب هذا النوع ضرورة تمثيل التجمعات للإقليم أو المناطق أو القطاعات أو المحافظات تمثيلاً صادقاً . لأن هذا المجتمع هو الأساس فى تعميم النتائج . بجانب الاختيار الأولى السليم للقطاع أو الإقليم الأكبر ، حتى يتم تسلسل الاختيار بعد ذلك بما يوفر التمثيل الصادق لكل مستوى أعلى .

* العينة العمدية Purposive Sample :

يختار الباحث المفردات فى هذه العينة بطريقة عمدية، طبقًا لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر فى المفردات بما يخدم أهداف البحث . مثل دراسة آراء واتجاهات قادة الرأى، أو القائم بالاتصال فى وسائل الإعلام المختلفة ، أو المرأة العاملة ومشاهدتها لبرامج المرأة على سبيل المثال . أو كبار السن (فوق الستين) فى دراسة (حسن عماد٩٤) "التليفزيون فى حياه كبار السن - دراسة مسحية لعينة من سكان القاهرة"(١) ففى هذا البحث تم اختيار فئة عمرية واحدة بشكل عمدى ، وتم اختيار مفرداتها أيضًا من بين سكان القاهرة أيضًا بشكل عمدى . ويظهر ذلك فى تحديده لهذا الاختيار فى عنوان الدراسة .

أو دراسة صفحات المرأة أو الطفل أو الصفحات الرياضية من بين صفحات الصحف .... وهكذا بما يرتبط بداية بأهداف البحث ومتطلباته المنهجية .

* العينة العارضة أو العابرة Chunk Sample :

أو كما يسميها آخرون العينة بالمصادفة Accidental Sample (محمد الوفائى١٣٦/٨٩) . وفى هذا النوع من العينات ، لايخضع اختيار مفرداتها لأى معيار سوى اختيار المكان أو التعرض العابر ، أو الأفراد الذين يتصادف وجودهم فى شارع أو منطقة ما . فى وقت ما وإجراء المقابلات معهم . وعادة يتم المقابلة مع من يتصادف مرورهم أو عبورهم دون اعتبار لخصائص أخرى مستهدفة تم تصنيف هؤلاء الأفراد على أساسها مثل السن/ أو التعليم/ أو معدل الانتظام فى قراءة الصحف/ أو كثافة مشاهدة التليفزيون .... إلى آخره لأن هذه الخصائص تكون مستهدفة فى التحليل بعد ذلك وليس فى اختيار المفردات كما سبق أن أوضحنا فى العينات الطبقية أو الحصصية أو العمدية . ذلك أن الاختيار هنا مرهون بالموقع والوقت . وحيث أن الباحث يحاول أن يختار بناء على تصنيفات مسبقة فقد تطول الفترة كثيراً وتطلب جهداً كبيراً أيضًا للوصول إلى العدد المطلوب بالخصائص المحددة للمفردات . وعادة ما تستخدم مثل هذه العينات فى ملاحظة السلوك العابر لوسائل الإعلام أو الإعلان ، مثل التغيير فى إخراج الصفحة الأولى لجريدة ما ، أو

(١) حسن عماد : التليفزيون فى حياة كبار السن-دراسة مسحية لعينة من سكان القاهرة، مجلة بحوث الإتصال، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ١١ ،يوليو٩٤ ، ص.ص٦٧-٩٥ .

التعرض لإعلان من إعلانات الطرق ..... وغيرها . أو ملاحظة التعليقات السريعة على بعض الأحداث الجارية من المارين فى منطقة معينه وفى وقت معين .

وهذه العينة لاتمثل المجتمع الأصلى . لكنها تمثل فقط الأفراد العابرين بالصدفة فى منطقة معينه أو شارع معين فى وقت ما . ولذلك فإن نتائج البحوث التى تكون معتمدة على هذا النوع من العينات لاتصلح للتعميم لعدم تمثيلها للمجتمع ، بالإضافة إلى أنها تتسم بالتحيز لأن اختيار العابرين فى وقت ما فى منطقة ما قد يمثلون فئة ما ذات سمات خاصة ترتبط مصالحها بالمرور العابر فى هذه المنطقة ، فقد تكون المنطقة طريق مرور إلى إحدى الجامعات أو المدارس بالمنطقة ، أو الطريق إلى أحد المصانع ، أو هيئات مثل هيئة رعاية المسنين . فسوف نجد فى هذه الحالة أن توزيع العينة وانتشارها سوف يميل أكثر إلى هذه الفئات طلاب/عاملون/مسنين.... إلى آخره. مما يترتب عليه تزايد أخطاء العينات وانحرافاتها .

ولذلك فإن أفضل استخدام لهذا النوع من العينات ، فى الدراسات الأولية أو إجراء اختبارات الصدق لأدوات البحث ، أو إعادة الاختبار على عينات أخرى أصغر مع فئات معينه ، قد يلتقى بها الباحث فى منطقة ما فى وقت ما .

*** العينة المتكاثرة أو المتضاعفة *Snowball Sample* :**

وهذه العينة تبدأ بمفردة أو مفردات ذات خصائص معينه ، تتولى كل منها الاتصال بعدد آخر من نفس الفئة أو الخصائص الفئوية، إلى أن ينتهى الباحث من الوصول إلى العدد المستهدف للعينة التى تجتمع لها خصائص معينة . ولذلك فإن المفردة الواحدة تتصل بآخرين ، والآخرون يتصلون بآخرين، ولذلك يشبهها الخبراء بكرة الثلج التى يزداد حجمها أثناء جريانها على الجليد، أو يشبهونها بالنظام العنقودى .

أو يحدث العكس فتجري المقابلة مع مفردة من المفردات وتسأل أسئلة معينه ، ثم تقدم إجاباتها إلى مفردات أخرى، والمفردات الأخرى تقود إلى أخرى ....وهكذا وقد يتم تنامى العينة بشكل هادف وعمدى من البداية ، أو قد تقود إليه الإجراءات المنهجية لاستكمال البيانات العلمية المطلوبة .

وقد تصلح هذه العينة فى الحالات التى تستهدف إجراء البحث مع فئة واحدة ، كالطلاب أو الطالبات فى جامعة واحدة ، أو الإناث فى حى واحد على سبيل المثال

ولذلك فإنه مالم يكن التحيز مطلوباً من البداية ، فإن عدم توفر الاحتمالية أو العشوائية فى هذه الحالة يزيد من خطأ العينة لأن التركيز سيتم على المفردات التى تجمعها الشبكات الاتصالية أو السلاسل العنقودية ، والتى عادة ماتجتمع لها خصائص أو سمات واحدة تتحيز بالعينة فى هذا الاتجاه .

ونحن نميل إلى تصنيف هذا النوع فى إطار أساليب الوصول إلى عينة المفردات وليس فى إطار تباين الأنواع أو قدر الاحتمالية والعشوائية التى تتوفر فى الاختيار ذلك أن مثل هذه العينة والعينة السابقة عليها - العينة العابرة أو عينة الصدفة - تميل إلى أن تكون أساليب ينتهجها الباحث للوصول إلى مفردات معينة طبقاً لأهداف معينة . ولا تميل لأن تكون نوعاً مميزاً من تصنيف العينات . وبذلك فإنه مالم يكن الهدف هو الوصول إلى المفردات التى تضمها الشبكة الاتصالية أو العنقودية ، فإن التعميم من خلالها يكون ضعيفاً ، ولايتم قبول التفسير أو التعميم إلا فى حدود هذا النوع من العينات .

وقد استخدم هذا الإسلوب فى دراسة (نبيل طلب ٩٤) بعنوان "اتجاهات المرأة السعودية نحو برامج المرأة بالراديو والتليفزيون السعودى"(١) فالباحث اختار منطقة جدة بالمملكة العربية السعودية كموقع لهذه الدراسة ، وتم اختيار قسم الطالبات بجامعة الملك عبد العزيز بجدة كمنطلق لتوزيع الاستمارات حيث مثلت كل طالبة بداية لشبكتها الاجتماعية ، للوصول إلى سيدات أخريات من العاملات وربات البيوت بالإضافة إلى الطالبات . وذلك لصعوبة إجراء المقابلات الشخصية فى مثل هذا النوع من البحوث فى المملكة العربية السعودية .

يمكن تصنيف الأنواع السابقة فى إطار الكيف *Quality* كما سبق أن أوضحنا لأنها تبحث فى أفضل السبل للوصول إلى عينة يتوفر فيها نفس الخصائص التى تميز المجتمع الأصلى ، أو على الأقل توفر الإجابة على التساؤلات الخاصة بتغيرات الصفات أو الخصائص التى يتم توزيع عدد مفردات العينة على أساسها ، حتى يتم التقليل من خطأ التحيز فى اختيار العينة ، والارتفاع بدرجة تمثيلها لمجتمع البحث.

ثم يبدأ الباحث بعد ذلك باختيار العدد من المفردات أو الكم *Quantity* وهو مايمثل حجم العينة والذى يتم اختياره من إطار العينة بشكل عشوائى ، أو شكل

(١) نبيل طلب : نفس المرجع السابق .

منتظم أو بالشكلين معًا . وهو ما يعكس أنواعًا أخرى من العينات ترتبط بطريقة اختيار الكم من وحدات المفردات كالتالى :

*** العينة العشوائية البسيطة *Simple Random Sample* :**

يتم اختيار المفردات عشوائيًا من بين قوائم إطار أو أطر العينة . وبذلك تعطى لجميع المفردات فرصة متساوية ومستقلة فى الاختيار . وهذا يعنى أن إحتمال اختيار المفردات متساو لكل منها لأن الاختيار عشوائى . وكذلك لاتوجد علاقة بين المفردة التى يتم اختيارها وغيرها من المفردات ، فكل المفردات بالنسبة للباحث لايعبر عنها سوى رقم فى الجداول العشوائية ، أو الاختيار بالقرعة ، أو بطريقة الروليت ..... وغيرها من الطرق .

ويعتبر ذلك من خصائص الاختيار العشوائى التى تتمثل فى :

١- أن يكون لجميع المفردات فرصة متساوية فى الاختيار . حيث توضع جميع المفردات فى إطار العينة أو مايعبر عنها بالارقام فى وضع الاختيار .

٢- أن يكون اختيار كل مفردة مستقلاً عن الأخرى . وعلى سبيل المثال يتم اختيار المفردات من داخل الفصول الدراسية فى المدرسة مستقلة عن باقى زملائها فى الفصل الواحد .

إلا أن هذا الاختيار قد يميل إلى التحيز نحو فئة أو سمة معينة من الفئات أو تسقط فئة أو سمة تمامًا أو يقل تمثيلها نتيجة الاختيار العشوائى . فقد تختار العدد الأكبر من فصل واحد من فصول المدرسة أو الفرقة الدراسية ، أو يتغلب اختيار الاناث على الذكور نتيجة الاختيار العشوائى مما يترتب عليه ارتفاع نسبة الخطأ المعيارى للمتوسط الحسابى للمتغير أو المتغيرات . نتيجة زيادة عدم تجانس المجتمع وقلة حجم العينة .

ولذلك فإن الخطأ المعيارى للمتوسط الحسابى للمتغير يقل كلما زاد تجانس المجتمع (أى انخفض الإنحراف الميعارى للعينة) وزاد حجم العينة . وبالتالى يمكن التقليل من خطأ الصدفة أو خطأ العشوائية . ويمكن الرجوع إلى مراجع الإحصاء لمعرفة العلاقات الإحصائية التى تكشف عن الأخطاء الناتجة عن انحراف العينات عن متوسطات المجتمع التى تعكس الخصائص الإحصائية فى حساب مقايس التشتت والنزعة المركزية .

* العينة المنتظمة *Systematic Sample* :

يحاول هذا النوع تجنب خطأ الصدفة أو خطأ العشوائية الذى يترتب عليه زيادة احتمالات التحيز أو الميل نحو اختيار كم أكبر من خصائص أو سمات معينة . فقد يميل الاختيار فى معظمه إلى ربع القائمة الأول أو الأخير وهو مايعكس سمات أو خصائص معينة للمجتمع على سبيل المثال .

ولذلك يتم استخدام العينة المنتظمة لضمان ثبات توزيع الاختيار على إطار العينة كله من البداية إلى النهاية . حيث يقل مجال اختيار كل مفردة ، ويتساوى لكل المفردات ، ويوزع أيضًا على كل مواقع الاختيار . ولذلك تتسم هذه العينة بالانتظام فى اختيار مفرداتها من خلال إتباع هذا الأسلوب .

- تحديد مجال العينة (مجال اختيار كل مفردة) .
- يتم بالتالى المحافظة على مسافة الاختيار بين كل مفردة والمفردة التى تليها .
- يضمن بذلك شمول الاختيار من بين كل المواقع فى القائمة بنفس النسبة نظرًا لثبات مجال الاختيار ، ومسافة الاختيار بين كل مفرده والأخرى .

فإذا كان مجموع مفردات مجتمع البحث ١٠٠,٠٠٠ مفردة ومجموع مفردات عينة البحث ٥٠٠ مفردة .

فيحسب مجال العينة بقسمة مجموع مفردات المجتمع على مجموع مفردات العينة .

$$\text{مجال العينة} = \frac{١٠٠,٠٠٠}{٥٠٠} = ٢٠٠ \text{ مفردة}$$

وهذا يعنى اختيار مفردة من بين كل ٢٠٠ مفردة على التوالى فالمفردة الأولى يتم اختيارها من الـ ٢٠٠ الأولى والثانية من الـ ٢٠٠ الثانية وهكذا حتى الـ ٢٠٠ رقم ٥٠٠ .

فإذا اختار الباحث المفردة رقم ٢ من المجال الأول فالمفردة الثانية ستكون رقم ٢٠٢ والثالثة ٤٠٢ والرابعة ٦٠٢ ....والأخيرة ٩٩,٨٠٢ .

ومع تقليل درجة التحيز فى هذا الاختيار ، إلا أن الاختيار العمدى للمفردة الأولى ومسار الاختيار بشكل منتظم يشير إلى أن أى تحيز أو خطأ فى اختيار المفردة الأولى سيؤدى إلى انتقال هذا الخطأ أو التحيز إلى المفردات التالية ، وبذلك

كان تعديل اختيار المفرده الأولى ليكون عشوائيًا . كما فى النوع التالى :

*** العينة العشوائية المنتظمة *Systematic Random Sample* :**

يتجنب الباحث فى هذا النوع التحيز الناتج عن الاختيار العمدى للمفردة الأولى ، ولذلك يختار المفردة بشكل عشوائى من بين مجال الاختيار الأول ، ثم تترك مسافة الاختيار بما يعادل المجال بين كل مفردة والتى يليها .

فإذا كان مجال الاختيار فى المثال السابق هو ٢٠٠ مفردة فتختار مفردة من بين ال ٢٠٠ مفردة الأولى بشكل عشوائى ، ويختار الرقم التالى بما يعادل رقم المفردة الأولى مضافًا إليه مسافة الاختيار التى تعادل مجال اختيار العينة .

فإذا اختيرت المفردة الأولى بشكل عشوائى وكانت رقم ١١٥ فالمفردة الثانية ستكون رقم ٣١٥ والثالثة ٥١٥ .... وهكذا وتكون المفردة الأخيرة رقم ٩٩٩١٥ .

وفى اختيار العينات من الصحف بهذه الطريقة ، يؤخذ عليها صعوبة تجنب التحيز الناتج عن تكرار الاختيار مع وحدة المجال خصوصًا إذا كان الاختيار مفرده كل أسبوع (يوم كل اسبوع) فهذا يعنى تكرار نفس سمات الصحيفة التى تصدر فى مثل هذا اليوم أسبوعيًا ، مثل الأعداد الأسبوعية أو الخاصة من الصحف أوأعداد المناسبات أو الملاحق . وهذا يعنى تكرار رصد نفس السمات فى كل عدد من أعداد العينة .

ولذلك يلجأ الباحث إلى أسلوب الدورة *Rotation* فى اختيار العينة العشوائية المنتظمة عند اختيار الأعداد اسبوعيًا . وذلك بإعطاء الباحث المرونة فى تحريك الاختيار يومًا واحدًا فى كل اختيار بعد الذى اختاره فى المرة السابقة .

فإذا كان اختيار المفرده الأولى عشوائيًا يوم الأحد من الأسبوع الأول ، فلا يتم اختيار الاعداد التالية كل يوم أحد خشية أن يناسب هذا الاختيار تحيزاً فى الشكل أو اتجاه المحتوى فى هذا اليوم من كل أسبوع فيؤثر فى صدق النتائج .

ولذلك يختار الباحث المفردة الثانية يوم الاثنين من الأسبوع الثانى ، والثالثه يوم الثلاثاء من الأسبوع الثالث ..... وهكذا . فيتكون بذلك اسبوع صناعى من اختيار الباحث .

ويطبق نفس الاختيار فى حالة اختيار الأسابيع خلال الشهور ، أو الشهور خلال السنوات .

ويحقق أسلوب الدورة - بهذه الطريقة - فى دراسة الصحف ، وبصفة خاصة فى تحليل محتوى الصحف . يحقق العديد من المزايا منها :

- إعطاء فرصة متساوية لجميع أيام الصدور فى تمثيل العينة ، وهذا يحقق المقارنة المنهجية السليمة بين الفترات وبعضها .
- يتمكن الباحث باستخدام هذا الاسلوب من بناء الفترات الصناعية المنتظمة لأغراض التحليل (أسبوع/ أسبوعين ...شهر مثلاً) مع ضمان نفس البعد الزمنى بين كل الأيام وبعضها بدلاً من اقترابها أو تباعدها فى الاختيار العشوائى لبناء هذه الفترات . وضمان تمثيل أيام الفترات الصناعية فى العينة بنفس المستوى .
- استبعاد الأعداد الاسبوعية أو الخاصة من البداية يحقق عدم التحيز الناتج عن تميز مثل هذه الأعداد فى الشكل والمحتوى عن باقى أيام الأسبوع .

تعدد اختيار العينـــــات

باستثناء بحوث تحليل محتوى الصحف ، نادراً مانجد بحثا لم يستخدم أكثر من نوع من أنواع العينات التى تم عرضها . وبصفة عامة سنجد الاختيار العشوائى، أو الاختيار العشوائى المنتظم للمفردات يقترن دائمًا بنوع آخر يحدد كيفية تمثيل العينة لخصائص المجتمع ، وهو ما قدمناه فى إطار مفهوم الكيف والكم فى اختيار العينات .

فالعينة الطبقية تحدد أولاً التمثيل النسبى لفئات المجتمع فى العينات ، ثم يتم اختيار المفردات بعد ذلك من بين هذه الفئات فى حدود الرقم المعبر عن التناسب بشكل عشوائى أو عشوائى منتظم .

وكذلك فى العينة الحصصية ، وإن كان تمثيل الفئات يتحقق من خلال الوصف فقط ، دون التمثيل النسبى للأعداد ، فإن اختيار الأعداد يتم أيضًا من خلال العينة العشوائية أو العشوائية المنتظمة بعد ذلك .

وفى عينة التجمعات أو العينات المساحية ، فإن الانتقال من مستوى إلى المستوى التالى فى التقسيمات الجغرافية أو الإقليمية قد يتم بشكل عشوائى أو منتظم فى كل مرحلة ، حتى يصل الباحث إلى اختيار المفردات من بين مجموع مفردات التجمع بشكل عشوائى أو منتظم أيضًا .... وهكذا .

بل إننا نجد بحوثا تفرض على الباحث بناء أشكال أخرى لاختيار العينات ، تفرضها أهداف البحث وبناء العلاقات الفرضية من جانب ، وحرص الباحث على تمثيل العينة لخصائص المجتمع من جانب آخر . ومن هذه الأشكال مايلي :

* العينة متعددة الأبعاد *Dimentional Sample* :

ويتم اختيار هذه العينات من خلال متغيرين أو أكثر ذى علاقة ببعضهما ، أو أن تصنيف الفئات يتم من خلال اشتراك أكثر من صفة أو سمة من سمات المجتمع مع بعضها (*K.D.Baily 78:82*) فإذا كانت أهداف الدراسة تسعى إلى الكشف عن انتظام المشاهدة التليفزيونية من بين مشاهدى قنوات التليفزيون الرئيسية (الأولى والثانية) من الرجال والنساء . فإن العينة يتم اختيارها بحيث يجتمع لها وصف المشاهدة للقناتين والنوع معًا .

ويمكن التمثيل فى بناء هذه العينة بالطريقة الطبقية متى توافرت البيانات الخاصة بالتمثيل الطبقى أو بالطريقة الحصصية متى توفر للباحث ذلك .

فإذا كانت العينة قوامها ٥٠٠ مفردة يتم توزيعها طبقيًا ٣٠٠ ذكور ٢٠٠ إناث وإذا كانت نسبة مشاهدة الرجال إلى النساء فى القناة الأولى ٤٠٪ ، ٦٠٪ والقناة الثانية العكس .

فإن توزيع العينة يكون كالآتى : التوزيع بالتناسب

القناة / النوع	الأولى	الثانية	المجمـــوع
ذكور	١٢٠	١٨٠	٣٠٠
إناث	١٢٠	٨٠	٢٠٠
المجموع	٢٤٠	٢٦٠	٥٠٠٠

أو يتم التوزيع بأسلوب الحصة فيتم اختيار ١٢٥ مفردة لكل عينة يجتمع لها صفة النوع وتفضيل إحدى القناتين .

ويتم بعد ذلك فى المرحلة التالية اختيار المفردات من بين مجموع مفردات المجتمع فى الفئات التى تجتمع لها صفتين أو تجمع بين فئتى متغيرين . بالطريقة

العشوائية أو الطريقة العشوائية المنتظمة .

ويحقق هذا الاختيار توافر الخصائص فى المفردات التى يسعى إلى دراستها ، وتحقق تمثيلاً صادقًا فى اختيار هذه المفردات .

*** العينة متعددة المراحل *Multistage Sample* :**

قدمت طريقة اختيار عينة التجمعات *Clusters* نموذجًا لطريقة اختيار العينة على مراحل ، حيث يتم فى كل مرحلة إجراءات اختيار العينات ، فالباحث قد يختار عينة من بين المحافظات التى تمثل مصر ، ثم عينة من المراكز التى تنتمى إلى المحافظات المختارة ، ثم عينة من القرى التى تنتمى إلى المراكز المختارة ، وبعد ذلك قد يتم اختيار المفردات بطريقة طبقية أو حصصية ثم يختار عدد المفردات من بين الفئات بطريقة عشوائية أو منتظمة أو عشوائية منتظمة .

وبذلك يكون قد مر بعدة مراحل فى اختيار عينة الاسماء التى سيقوم بجمع البيانات منها بالأسلوب والأدوات المناسبة .

وإذا كان أسلوب اختيار التجمعات يفرض على الباحث هذا الاختيار المرحلى ، حتى يتحقق صدق تمثيل العينات فى المستويات المختلفة ، فإنه أصبح شائعًا استخدام هذه الطريقة فى اختيار العينات فى بحوث الجمهور ، وبحوث تحليل المحتوى . وتعرف باسم العينة متعددة المراحل .

وفى اختيار العينة من الصحف فى هذه الحالة لأغراض التحليل أو دراسة الشكل ، فإنها تمر بالمراحل التالية :

- عينة من المصدر أو الأسماء (صحيفة من مجموعة صحف تصدرها المؤسسة) .
- عينة زمنية من فترات الإصدار .
- عينة من وحدات المحتوى ، أو الصفحات تحقق أهداف الدراسة .

ويمكن اختيار عينة المصدر عشوائيًا أو عمديًا ، طبقًا للهدف من الدراسة ، وتعدد المصادر ودرجة تجانسها ، واختيار العينة الزمنية بأسلوب الدورة التى يحقق تمثيل كل الأيام فى الإطار الزمنى ، وبعد ذلك يمكن اختيار أشكال عرض المحتوى (مقالات/أحاديث/تحقيقات/....) فى الصفحات ، أو الصفحة الأولى وحدها أو الأخيرة وحدها ، أو الاثنين معًا ، تبعًا لأهداف البحث ومتطلباته .

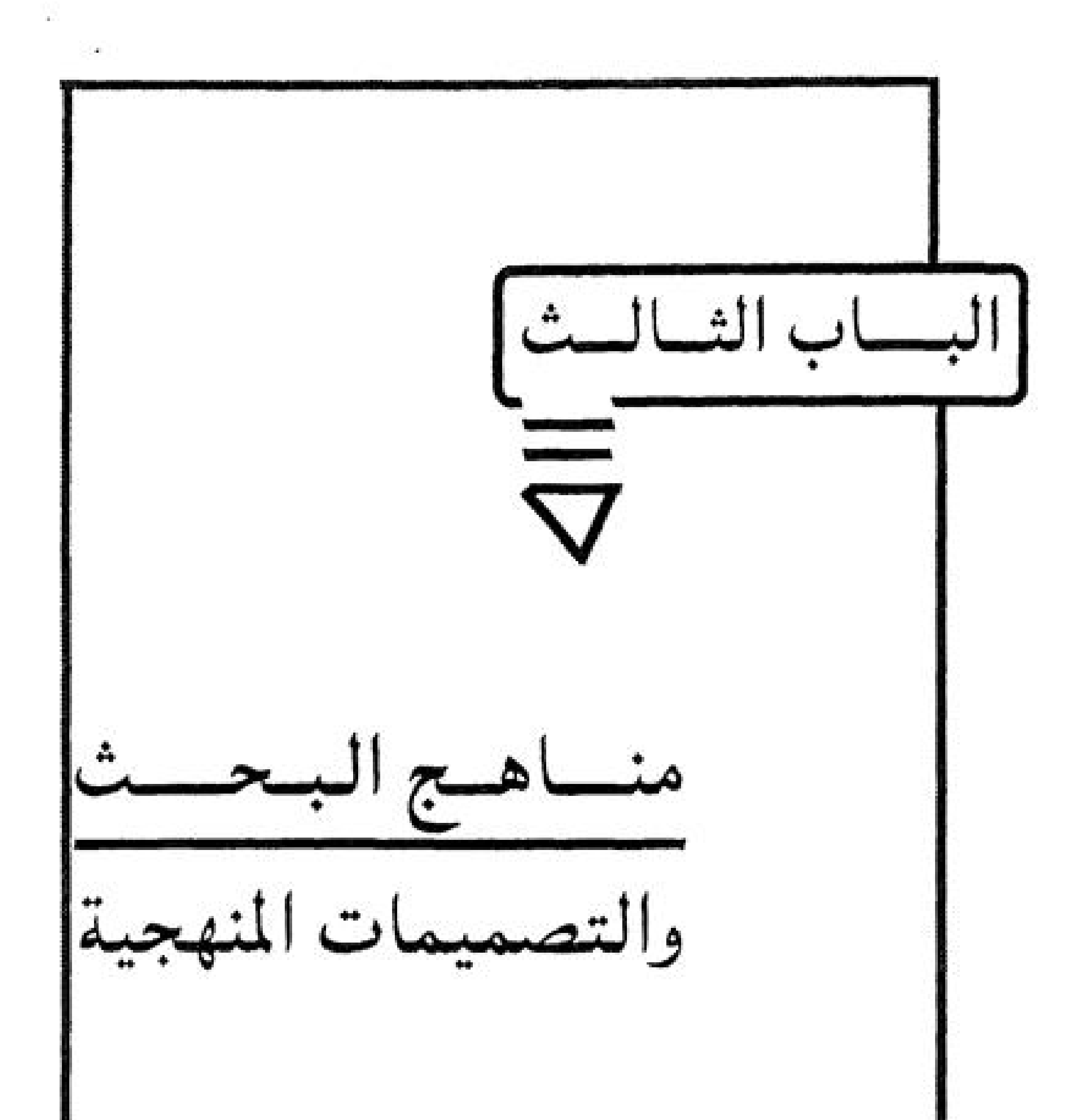
وهذا يعكس شكل الاختيار على مراحل والذى يطلق على هذا النوع من العينات . وكما سبق أن قدمنا يعتبر الاختيار المتعدد فى شكل من الأشكال التى توفر هذا التعدد هو الأسلوب المناسب الذى يحقق دقة التمثيل وعشوائية الاختيار معًا ، فيتجنب الباحث التحيز الناتج عن الاكتفاء بطريقة واحدة أو أسلوب واحد لاختيار العينة . لأن كل أسلوب له مزايا وعيوب ، واستخدام أكثر من أسلوب فى الاختيار المتعدد يتجاوز العيوب الخاصة بكل نوع من خلال مزايا استخدام الأساليب الأخرى معًا .

وبصفة عامة نجد أن كل هذه الأنواع تصلح لكل البحوث فى حدود أهداف البحث وخصائص مفرداته وحجم العينة المستهدف . وليس هناك نوعا منها يرتبط بطريقة أو منهج للبحث بذاته . وتظهر مهارة الباحث فى السيطرة على نظام اختيار العينات والتقليل بقدر الإمكان من أخطاء نظام العينات ، التى لايمكن تجنبها كاملاً إلا بالدراسة الشاملة لكل مفردات مجتمع البحث ، وهو ما يصعب تحقيقه .

ولذلك يجب أن يحاول الباحث بقدر الإمكان تخفيف خطأ العشوائية أو الصدفة ، واحتمالات تزايد الانحراف المعيارى عن متوسط خصائص الصفات من خلال زيادة حجم العينة بقدر الإمكان . ذلك أن خطأ العشوائية أو الصدفة يقل بزيادة حجم العينة . وأن يحاول أيضًا تمثيل خصائص المجتمع فى اختيار العينة تمثيلاً صحيحًا ، للتقليل من خطأ التحيز الذى ينتج من عدم تمثيل العينة للمجتمع تمثيلاً صحيحًا ، بتأثير الاختيار العمدى ، أو تأثير الوقت والإمكانيات المحدودة ، وعدم كفاية إطار العينة والقوائم المنقوصة . وإذا كان خطأ الصدفة الناتج عن العشوائية يمكن تقديره بالطرق الإحصائية ، ومراعاته فى النتائج ، فإن الأخطاء الناتجة عن تحيز الاختيار لايمكن تجنبها دون تجنب أسبابه .

لذلك يجب أن يبذل الباحث جهداً مضاعفًا فى تجنب أخطاء العينات حتى يمكن أن يطمئن إلى صدق النتائج وثباتها ، وصدق التفسيرات والتعميمات العلمية .

ويجب أن يراعى الباحث أن الأساس فى التعميم هو دراسة كل مجتمع البحث، أما نظام العينات فهو نظام يتجاوز به الباحث صعوبات الوقت والإمكانيات والجهد المبذول فى دراسة المجتمع الكل . ولذلك يرتبط نجاح تطبيق نظام العينات بتجاوز العوامل التى تؤدى إلى عدم كفايته فى التفسير والتعميم .



الباب الثالث

مناهج البحث

والتصميمات المنهجية

يمكن بداية أن نقرر أن الدراسات الإعلامية قد تجاوزت حدود الدراسات الإستطلاعية أو الكشفية أو الصياغة، بعد أن أصبحت السمة المميزة للعالم المعاصر هو وفرة المعلومات والبيانات في المصادر المتعددة التي أصبح من السهل الوصول إليها بفضل التطور التكنولوجي المتعاظم أيضًا في مصادر الاتصال والمعلومات . بل إن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال انعكس بالدرجة الأكبر على تطور وسائل الإعلام وانتشارها، وزيادة ارتباط جمهور المتلقين بها، وتطور ممارسة المهنة والقائم بالإعلام . حتى يمكن أن نقرر أيضًا أن مفهوم البدايات الأولى أو المبكرة في دراسة الظاهرة الإعلامية أصبح غائبًا تمامًا في ظل مظاهر التطور المتعددة في العملية الإعلامية وعناصرها .

ولذلك فإن الدراسات تنتمي في معظمها إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الظاهرة الإعلامية في وضعها الراهن ولاتقف عند حدود الوصف والتشخيص، بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها .

وقليل من الدراسات الإعلامية أيضًا التي تنتمي إلى الدراسات العملية، حيث تغيب عوامل الضبط المحكم، ويصعب السيطرة الكلية على حركة المتغيرات والمثيرات، إلا في حالات محدودة ترتبط بدراسات الطفولة في علاقتها بوسائل الإعلام أو تنظيم نوادي المشاهدة أو الاستماع لأغراض التجريب .

ومع سيادة الدراسات الوصفية فإن هناك عدة مستويات لهذه الدراسات تعكس الأهداف العامة لتطبيقها، وتعكس أيضًا المتطلبات المنهجية لتحقيق هذه الأهداف التي تتمثل في الآتي :

الهدف الأول : وهو الوصف المجرد للظاهرة الإعلامية وحركتها، وعلاقاتها . بالإضافة إلى وصف عناصرها والعلاقات بين هذه العناصر وبعضها، سواء للمساهمة في وصف الظاهرة الكلية أو الاكتفاء بوصف هذه العناصر منفردة مثل رسم خريطة الخصائص السكانية لقراء الصحف، أو الاكتفاء بالتعرف على مشاهدة أو عدم مشاهدة التليفزيون . أو وصف خصائص القائم بالاتصال في وسائل الإعلام أو وصف محتوى الإعلام.... وغيرها مما يعبر عن الوصف المجرد لعناصر العملية المختلفة، وكذلك الوصف المجرد للعلاقات بينها مثل العلاقة بين خصائص القراء

واتجاهات الاهتمام والتفضيل، أو خصائص المشاهدين واستخدامهم للتليفزيون وتفضيلهم للبرامج.... وهكذا . وهذا مايمكن تلخيصه في الاكتفاء بدراسة من....؟ وماذا....؟

الهدف الثاني: وهو وصف العلاقات السببية لحركة الظاهرة وعلاقاتها وكذلك وصف العلاقات السببية لحركة عناصر الظاهرة الإعلامية أيضًا وعلاقاتها . وذلك ما يمكن تلخيصه أيضًا في الأسئلة كيف....؟ ولماذا....؟ التي تعكس البحث في أسباب حدوث الظاهرة، والعلاقة بين الأسباب والنتائج أو العلاقة بين المقدمات والنتائج في دراسة الظاهرة الإعلامية في إطارها الحركي وتأثيرها أو تأثرها بالظاهرات الإجتماعية الأخرى أو السياق الإجتماعي العام . مثل الإجابة على الأسئلة الخاصة بعزوف المشاهدين عن مشاهدة القنوات المحلية، أو أسباب تباين الاهتمام والتفضيل لوسائل الإعلام ومحتواها، أو العلاقة بين تغير سلوك الطفل ومستوى تعرضه للبرامج التليفزيونية.... وغيرها .

ومثل هذه الدراسات لاتكتفي بالوصف المجرد لحركة الظاهرة الإعلامية أو حركة عناصرها ولكنها تهتم بوصف العلاقات السببية بداية من وجود الظاهرة أصلا، حتى تقرير العلاقة بين الأسباب والنتائج .

الهدف الثالث : ويرتبط باتجاهات البحث في وصف الوقائع الإعلامية كما حدثت في الماضي، أو تجاوز الماضي والواقع الراهن إلى بناء التوقعات الخاصة بحركة الظاهرة أو اتجاهات حركة عناصرها في المستقبل . ويرتبط الهدف الثالث بالدراسات التاريخية والمستقبلية التي يتم تصنيفها على أساس الزمن كما أوضحنا في الفصل الأول من هذا الكتاب .

ومع تعديل المستويات الخاصة بالدراسات الوصفية، وتعدد الأهداف التي يمكن تحقيقها من خلال الوصف والتشخيص، تتعدد أيضًا طرق البحث والمناهج العلمية، وكذلك التصميمات المنهجية التي يمكن تصميمها بذاتها أو بارتباطها بطرق البحث ومناهجه.بالإضافة إلى المنهج التجريبي أو التجريب المعملي الذي يستقل بأدواته وتصميماته لتحقيق الضبط المحكم لحركة الظاهرة ومتغيراتها . والمساهمة في بناء التوقعات والتنبؤات من خلال الضبط المحكم لحركة الظاهرة الإعلامية وعناصرها في إطار التجريب المعملي .

وحيث أن الظاهرة الإعلامية - كما سبق أن أوضحنا - هى ظاهرة معقدة ومتشابكة العلاقات ولاتعمل بمعزل عن الظاهرات الإجتماعية الأخرى، بل تتبادل التأثير مع هذه الظاهرات فى إطار السياق الإجتماعى العام . لهذا لاتكفى المناهج الوصفية وحدها للإجابة على كل التساؤلات المنهجية الخاصة بدراسة الظاهرة الإعلامية فى إطارها الزمنى، ولاتكفى أيضًا دراسة الظاهرة فى إطارها الجزئى ورسم النتائج الكمية التى تعبر عن حركة العناصر وارتباطها ببعضها من خلال أساليب المعاينة المنهجية . بل تحتاج أكثر من ذلك إلى البحث فى البعد الكيفى لحركة الظاهرة وعناصرها وصياغة التفسيرات النقدية للعلاقات المتعددة المتشابكة للإجابة على الأسئلة : كيف ...؟ ولماذا ...؟ من خلال الرصد النقدى والملاحظة الميدانية التى تتجاوز إطار النتائج الكمية المرتبطة بحدود الأهداف الجزئية ودراسة المجتمعات والعينات المحدودة للوصول إلى النتائج التفسيرية والكيفية والنقدية للإطار الكلى والعلاقات المتبادلة لحركة الظاهرة الإعلامية فى السياق الإجتماعى العام .

وبناء على هذا العرض تم تقسيم هذا الباب إلى خمسة فصول تبعًا لمستويات الأهداف فى علاقتها بالوصف الكمى والكيفى وكذلك صياغة العلاقات السببية وتفسيرها، بالإضافة إلى البعد الزمنى، يضم كل فصل منها عدداً من المناهج وطرق البحث والتصميمات المنهجية التى يمكن توظيفها فى البحث والتقصى والوصول إلى النتائج المستهدفة موزعة كالآتى :

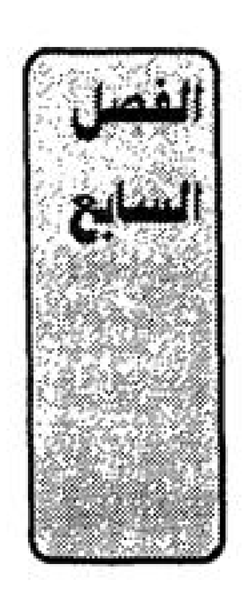
الفصل السابع: وصف الظاهرة الإعلامية وعناصرها، ويعرض هذا الفصل للمناهج والتصميمات التى يمكن أن تفيد فى تحقيق هدف الوصف المجرد مثل المسح الوصفى ودراسة الحالة ومنهج النظم والمنهج المقارن والتحليل البعدى .

الفصل الثامن : وصف العلاقات السببيه واختبارها ،ويضم هذا الوصف المناهج التى تسهم فى الإجابة على الأسئلة كيف.....؟ ولماذا.....؟ وتقدم تفسيرا امبريقيا لبناء العلاقات واتجاهات التأثير بينها وهى مناهج السببية المقارنة والمسح الاستدلالى،والدراسات الارتباطية وكذلك التصميمات المنهجية الخاصة بالدراسات شبه التجريبية ودون التجريبية، ثم المنهج التجريبى أو التجريب المعملى .

الفصل التاسع : تحليل محتوى الإعلام . ويهتم هذا الفصل بكل من التحليل الوصفى والاستدلالى . ويفرد الباب فصلا خاصًا لتحليل المحتوى لماله من أهمية خاصة فى الدراسات الإعلامية منذ النشأة وحتى الآن .

الفصل العاشر: الدراسات التاريخية . والمستقبلية، ويعرض هذا الفصل المنهج التاريخى والأساليب المنهجية للتنبؤ وبناء التوقعات فى الدراسات المستقبلية .

الفصل الحادى عشر : الدراسات الكيفية والبحث النقدى: ويهتم هذا الفصل بالتحليل الكيفى وبناء النتائج من خلال الرؤية النقدية للعلاقات الخاصة بوجود الظاهرة وحركتها فى إطار النظريات النقدية ومدارس التحليل الكيفى والنقد الفاحص للعلاقات والنتائج .



الفصل السابع

وصف الظاهرة الإعلامية وعناصرها

هناك العديد من البحوث والدراسات العلمية التى تقف بأهدافها عند حدود الوصف المجرد للظاهرة فى إطارها المستقل، للإجابة على عدد من التساؤلات ماذا...؟ وكيف...؟ أى التعريف بالظاهرة والتغير فيها، أو كيف تتحرك هذه الظاهرة؟ أو كيف يتم التغير فيها ؟

وبالإضافة إلى ذلك، هناك بحوث أخرى تتجه إلى وصف عناصر هذه الظاهرة، فى إطار نفس التساؤلات السابقة ماذا ...؟ وكيف...؟ بالإضافة إلى من ...؟ للإشارة إلى عناصر أخرى للظاهرة .

وعلى سبيل المثال فقد يستهدف البحث دراسة تطور قراءة الصحف فى المجتمع المصرى خلال فترة معينة . أو كيف يساهم التليفزيون فى محو الأمية...؟ أو وصف دور وسائل الإعلام خلال فترة معينة. أو كيف يساهم التليفزيون فى محو الأمية..؟ أو وصف دور وسائل الإعلام فى تنمية الوعى البيئى عند الأطفال . فهذه كلها بحوث أو دراسات تستهدف الوصف المجرد للظاهرة الإعلامية دون أن تتجاوز ذلك إلى البحث فى العلاقات الخاصة للظاهرة بالظاهرات الإجتماعية الأخرى مثل ارتفاع مستوى التعليم أو التغير فى العادات الاجتماعية على سبيل المثال .

ومن جانب آخر فقد تستهدف بحوث أخرى وصف خصائص القائم بالإتصال فى المؤسسات الإعلامية، أو وصف قراء أو غير قراء الصحف . أو الإجابة على السؤال الخاص ماذا قيل أو يقال فى وسائل الإعلام فى إطار تحليل محتواها .

وغيرها من البحوث التى تستهدف الإجابة على الأسئلة التقليدية من ...؟ يقول ماذا...؟ لمن...؟ وفى إطار جزئى لايصل إلى مستوى الإجابة على التساؤلات الخاصة بالعلاقات السببية بين هذه العناصر وبعضها .

ومثل هذه التساؤلات التى تستهدف الوصف المجرد للظاهرة الإعلامية، أو عناصرها تحدد مبدئيًا المناهج والأدوات التى يمكن من خلال توظيفها الإجابة على هذه التساؤلات التى يطرحها الباحث لأغراض الوصف المجرد للظاهرة وحركتها، ووصف عناصرها وحركتها أيضًا فى الواقع الراهن .

ويتصدر المسح بتصميماته المنهجية المختلفة المناهج التى تتفق وأهداف الوصف المجرد، بجانب دراسة الحالة وتحليل النظم بما يتفق مع دراسة كل عنصر من عناصر الظاهرة حسب خصائصه وسماته .

المسح الوصفى ودراسة خصائص المتلقين

٢- يعتبر منهج المسح *Survey* نموذجا معياريا لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية. وهو ما استقر فى المجالات العلمية والمعرفية منذ القرن الثامن عشر والبدايات الأولى لاستخدامه فى جمع المعلومات عن السكان ووصف الخصائص السكانية، بل إن له أصولاً تاريخية راسخة منذ القدم لأغراض إحصاء الناس وتوزيع الأقوات وتحصيل الضرائب .

ولذلك فإننا لانبالغ إذا حددنا المفهوم باستخدامه مع المفردات البشرية بالتحديد دون سواها، لأغراض ترتبط بمجموع هذه المفردات أو بعض هذا المجموع، من خلال التعامل مع المجتمع الكل أو عينات مختارة منه .

وإذا كان تعريف منهج المسح بأنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم (*Ch.M. Backstroon & G. Cesar 81:P.6*) . فإنه يعتبر أيضًا الشكل الرئيسى والمعيارى لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلى أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذى يصعب الاتصال بمفرداتها . مما يوفر جانبًا كبيراً من الوقت والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية وموضوعية .

وهو بهذا المفهوم يعتبر المنهج الرئيسى لدراسة جمهور وسائل الإعلام فى

إطارها الوصفي أو التحليلي . حيث يسمح للباحث - بالإضافة إلى ماسبق - بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات العامة، والاجتماعية، والنفسية وكذلك أنماط السلوك الإتصالي. وتقديم قاعدة معرفية واحدة للبيانات الخاصة بهذا الجمهور يمكن استخدامها في وصف تركيبه وبنائه، واختبار العديد من الفروض العلمية الخاصة بالعلاقة بين هذه المتغيرات .

ويستهدف المسح الوصفي *Descriptive Survey* تصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية(*R.D. Wimmer 83: P.110*)، ويهتم في مجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور، وتصنيف الدوافع والحاجات، والمعايير الثقافية والإجتماعية، وكذلك الأنماط السلوكية ودرجاتها أو شدتها، ومستويات الاهتمام والتفضيل. ويمثل الوصف في هذا الإطار إجابة على السؤال لمن...؟ أي وصف جمهور المتلقين * .

ولا تقف حدود الوصف عند الإجابة على السؤال لمن...؟ والتساؤلات المطروحة من خلاله، لأهداف متعددة يتصدرها وصف التركيب السكاني أو خصائص جمهور المتلقين لأغراض تخطيط السياسات أو الأهداف الترويجية والتسويقية . بل إن هذا الوصف المجرد يمكن أن يكون هدفا جزئيًا في دراسات منهجية علمية، وتطبيقية للعديد من النظريات الاجتماعية والنفسية ذات العلاقة بالدراسات الإعلامية مثل :

- وصف إتجاهات الفئات المختلفة من جمهور المتلقين نحو المحتوى أو القائم بالإتصال في إطار نظريات علم النفس المعرفي . أو وصف اتجاهات الفئات المختلفة من جمهور المتلقين نحو المضامين الاجتماعية والسياسة المختلفة .... وهكذا .
- وصف الاهتمام والتفضيل للفئات المختلفة من جمهور المتلقين في إطار أهداف المقارنة ورسم خرائط التعرض إلى وسائل الإعلام ومحتواها في بيئات معينة أو فترات معينة .
- وصف الاهتمام والتفضيل لمحتوى وسائل الإعلام في إطار الدراسات الخاصة بتأثيرات وسائل الإعلام وتطبيقاتها في بحوث ترتيب الأولويات (بحوث الأجندة) *agenda setting* .

---

* لمزيد من التفصيل راجع : محمد عبد الحميد :دراسة الجمهور في بحوث الإعلام (القاهرة : عالم الكتب ٩٣) .

- وصف استخدامات جمهور المتلقين أو فئاته لوسائل الإعلام، والكشف عن وجود أو غياب دوافع الاستخدام فى إطار بحوث الاستخدامات والإشباعات *Uses and Gratification* أو الاستخدامات والتأثيرات *Uses and Effects* .
- وصف كثافة الاهتمام أو التعرض إلى وسائل الإعلام لجمهور المتلقين أو فئاته، واستجابات هذه الفئات إلى المثيرات الإعلامية فى إطار نظريات الغرس الثقافى *Cultivation* .

وغير ذلك من الدراسات التى تستهدف الوصف المجرد لجمهور المتلقين وسماته وسلوكه الاتصالى مع وسائل الإعلام ومحتواها، وتوظيف هذا الوصف فى الإجابة على تساؤلات الدراسات مثل من...؟ يفضل ماذا...؟ أو من...؟ أكثر اهتمامًا أو استخدامًا؟ أو أكثر استجابة للمثيرات . وهكذا .

وفى هذه الدراسات يتم الوصف أو التغير فيه أو العلاقة بين بناء هذه السمات من خلال طرق وأساليب الإحصاء الوصفى التى تقف عند حدود تسجيل معاملات الارتباط بين القيم المختلفة .

ولذلك فإن الوصف الكمى يعتبر ضرورة فى هذه الدراسات الوصفية، ويعتبر أيضًا من سمات منهج المسح فى الإطار الوصفى أنه منهج كمى *Quantitative* خاصة أنه يتعامل فى إجراءاته مع عدد كبير من المفردات يصعب معها الوصف الكيفى من خلال أساليب الملاحظة أو المشاهدة .

الإجراءات المنهجية للمسح

قدمنا أن أهم مايميز منهج المسح أنه يمثل الطريقة أو الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية، وعرض هذه البيانات فى صورة يمكن الاستفادة منها سواء فى بناء قاعدة معرفية أو تحقيق فروض الدراسة وتساؤلاتها .

ولذلك فإن أهم الإجراءات أو الخطوات المنهجية المميزة لهذا المنهج هى تنظيم أدوات جمع البيانات وبناء هياكلها، وتشكيل هيئة البحث أو مساعدى الباحث وتدريبهم على التعامل مع المفردات أو البيانات، ثم التعامل مع البيانات التى تم جمعها لتكون فى صورة قابلة للاستخدام .

ويمكن إيجاز الإجراءات المنهجية فى عملية المسح فى الآتى :

- فى إطار الإجراءات المنهجية العامة . فإن الباحث عند تحديده للمشكلة وصياغته

لها لابد أن يتأكد من كفاية المعلومات أو البيانات المتاحة ومصادرها، ومواقع الحصول عليها . التى تفيد فى صياغة أدوات جمع المعلومات . وتحديد الطريقة المناسبة لاستقاء هذه المعلومات من خلال الأدوات التى تم تصميمها، مثل تفضيل الاستقصاء البريدى، أو اليدوى .

- وكذلك يعتبر اختيار نوع العينة وتحديد حجمها إجراء هاما للقضاء على عوامل التحيز أو عوامل العشوائية أو الصدفة التى يمكن أن تؤثر فى النتائج وتحديد المعاملات الإحصائية السليمة لحساب الخطأ المعيارى فى حساب العينة .
- ثم تبدأ بعد ذلك خطوات اختيار هيئة البحث والمعاونين، وتنظيم العمل فى حدود الميزانية التقديرية .
- إعداد أدوات جمع البيانات، وتصميم هيكلها واختبار صدق هذه الأدوات .
- ثم تأتى إجراءات جمع البيانات، بعد تدريب هيئة البحث والمعاونين على استقاء المعلومات والتعامل معها، وفرزها وتنقيتها .
- التعامل الإحصائى مع البيانات، وترميزها، وتصنيفها وتبويبها .
- تحليل البيانات وتفسيرها فى إطار النتائج المستهدفة، أو تحقيق الفروض أو التساؤلات المطروحة .

ولذلك تتركز كل الجهود فى عملية المسح فى الاختيار السليم للعينات التى تتوفر فيها الخصائص والسمات المرتبطة بأهداف البحث، وكذلك تصميم طرق وأدوات جمع البيانات من هذه العينات، ثم التعامل الإحصائى مع هذه البيانات لاستخلاص النتائج الوصفية، التى تجيب على الأسئلة المتعددة التى تهدف إلى وصف الخصائص والسمات وأنماط السلوك الإنسانى المختلفة ذات العلاقة بطبيعة البحث وأهدافه .

تصميمات المسح الوصفى

من أبرز المسوح التى تتم فى المجتمعات المختلفة، المسوح التى تجريها الأجهزة والمؤسسات المختلفة على عينات من جمهورها للتعرف على خصائصه وسماته وآرائه واتجاهاته ومعتقداته نحو مجال عمل هذه المؤسسات أو الأجهزة وماتقدمه من منتجات أو خدمات، أو الدراسات الخاصة بالرأى العام تجاه موضوعات أو قضايا معينه . وتساعد هذه المسوح فى رسم السياسات العامة والتخطيط واتخاذ القرارات وتقييمها . وأبرز هذه المسوح التى تجريها المؤسسات الإعلامية بحوث

قراء الصحف/ أو بحوث المستمعين والمشاهدين والمسوح القبلية والبعدية للحملات الإعلامية والإعلانية .

وذلك بالإضافة إلى البحوث والدراسات المنهجية الأكاديمية التى تهدف إلى الإجابة على التساؤلات الخاصة بجمهور المتلقين واتجاهات التفضيل والاهتمام والتغير فيه . دون أن تتخطى حدود الوصف المجرد فى تحقيق أهدافها المنهجية .

ومن التصميمات المنهجية للمسح الوصفى ما يلى :

١- المسح العرضى أو لمرة واحدة *One Shot Survey/ Single Time Survey/ Cross Sectional Survey/ The Un Weighted Cross Section* أو المسح غير المقارن، أو المسح من عينة واحدة لمرة واحدة . وهى كلها مسميات لتصميم منهجى يستهدف وصف سمات أو سلوك المتلقين فى وقت معين . وعادة ما يهدف إلى جمع البيانات عن متغير واحد أو أكثر، وتصنيفها وتحليلها، وعرض النتائج فى جداول أو أشكال إحصائية يسهل قراءتها، والتعرف من خلالها على صفات أو خصائص أو سمات هذه المتغيرات، وعلاقاتها الارتباطية مع بعضها البعض فى حالة الرغبة فى الكشف عن هذه العلاقات .

وعلى سبيل المثال يمكن وصف خصائص وسمات جمهور برنامج معين، أو قراء صحيفة ما. أو المقارنة بين خصائص وسمات وأنماط سلوك المشاهدة بين فئات متباينة فى المرحلة العمرية مثلاً، أو المستوى التعليمى .... إلى آخره . ومن خلال هذا الوصف يمكن وصف العلاقات الارتباطية واستنتاجها من خلال الوصف المجرد للتغير فى هذه الخصائص والسمات، أو أنماط السلوك المختلفة، وذلك لمرة واحدة فى وقت معين .

ويعتبر المسح العرضى أو المستعرض - كما يسمى البعض هذا التصميم فى دراسات أخرى - يعتبر التصميم السائد استخدامه فى دراسة جمهور المتلقين ودراسات الرأى العام، أو دراسات السوق . حيث يهتم بالدرجة الأولى بوصف خصائص المتلقين وأنماط سلوكهم من خلال عينات ممثلة للمجتمع الكل الخاص بمتغير واحد أو أكثر، مثل دراسة عينات للمراحل العمرية، أو المستويات التعليمية أو المستويات الإقتصادية ..... أو كل هذه المتغيرات مع بعضها لأغراض المقارنة بين مستويات هذه المتغيرات فى علاقاتها بالسلوك الاتصالى مع وسائل الإعلام أو

دراسة الاتجاهات والرأى العام نحو الموضوعات أو القضايا المطروحة فى وقت ما، أو مرحلة زمنية معينة . حيث تستهدف هذه الدراسات عادة تصنيف الجماهير بناء على متغيرات معينه - عامة أو اجتماعية أو نفسية - فى علاقاتهم بالإتجاهات الكامنه أو الآراء المعلنة نحو الموضوعات أو القضايا أو المشكلات، أو حتى الشخصيات والأعلام وغيرها مما تهدف هذه الدراسات إلى قياسه .

وبذلك يقدم هذا التصميم المنهجى صورة إحصائية عامة لمجتمع الدراسة فى وقت معين . وذلك لكبر حجم العينات التى تزيد بزيادة عدد المتغيرات المطلوب دراستها، وبالتالى إمكانية التعميم على المجتمع الكلى .

ونظراً لأن نتائج هذه الدراسات تقدم عرضاً إحصائياً لكل الفئات فى كل متغير من المتغيرات، يمكن من خلاله المقارنة بين وصف كل فئة فى وقت معين . فإن هذه المقارنة لاتصلح للتعميم من خلالها على دراسات التغير والنمو التى تتفق مع الدراسات الطولية أو الدراسات المتكررة . فلايصح المقارنة - فى وقت معين - بين المستويات التعليمية وسلوك فئاتها نحو وسائل الإعلام على أنه تفسير نهائى لتطور المستوى التعليمى فى علاقته بهذا السلوك . لأن كل أنماط السلوك لكل الفئات تتأثر بالسياق الزمنى الذى يعكس خصائص المجتمع الكل فى وقت ما . بينما فى الدراسات الطولية يمكن التعميم على دراسات النمو لأن التطور الزمنى حاصل فعلاً مما يشير إلى اختلاف السياق وتفسيراته على مر الزمن أو خصائص المراحل الزمنية .

وكل مايمكن أن ينتهى إليه الباحث هو وصف خصائص جمهور المتلقين - على اختلاف فئاتهم - وأنماط سلوكهم فى مرحلة الدراسة بالذات . وأن المقارنات التى تتم هى تفسير عن علاقة فئات المتغيرات ببعضها خلال هذه المرحلة ولكنها لاتعكس اختلافا فى الخصائص أو السلوك باختلاف النمو الذى تعكسه فئات المتغيرات .

ولذلك فإننا لانفضل صياغة فروض علمية فى هذا النوع من الدراسة للكشف عن العلاقات بين إختلاف خصائص المتغيرات، وأنماط السلوك الإتصالى . ويكفى فى هذه الحالة الإجابة على التساؤلات التى تستهدف وصف سلوك كل فئة من الفئات فى هذه المرحلة الزمنية .

ولايغير من هذا التصميم المنهجى،إجراء المسح المعيارى *The Unwieghted*-

Cross Sections لعينة أخرى محددة *Over Sampling* لها نفس الخصائص والسمات، لاختبار ثبات النتائج ومصداقيتها، وتأكيد العلاقات التى انتهت إليها العمليات الاحصائية للمسح العرضى .

- **المسوح الدورية أو المتكررة، أو الطولية، أو التطورية** */Multiple Time Surey Longitudinal Survey*. ويستهدف التصميم الخاص بهذه المسوح وصف التغير فى الخصائص أو السمات أو السلوك عبر الزمن . ويتم تكرار هذه المسوح لمرات متعددة كل فترة زمنية لمعرفة مدى ثبات أو تغير السمات أو أنماط السلوك - وذلك دون تدخل أى مثير خارجى مقصود بين كل فترة وأخرى- مثل معرفة التغير فى الآراء أو الاتجاهات نحو موضوع معين ما زال مطروحًا، أو الكشف عن ثبات أو تغير اتجاهات المتلقين نحو موضوع الحملات الإعلامية . وذلك دون ارتباطها بمثير أو متغير جديد يؤثر فى تحديد الثبات أو حدوث التغير .

وتعتبر الإجراءات فى كل مرة كما لو كانت مسحًا عرضيًا أو وحيداً، حيث أن التغير يكون فى الزمن فقط . ولذلك تكون مقارنة الثبات والتغير عبر الزمن فى بعض المتغيرات أو كلها ذات العلاقة بأهداف الدراسة .

وعلى الرغم من أن هذا التصميم يحتاج إلى وقت وجهد أطول، إلا أنه يوفر صدقًا فى تفسير السلوك فى علاقته بالتطور أو النمو، حيث يحدث النمو الحقيقى بتطور الزمن . وبالتالى يمكن الاعتماد على نتائجها فى دراسات التطور والنمو .

ومن الطبيعى أنه لايمكن فى هذه الحالة تعدد المتغيرات مع عينات كبيرة الحجم، ولذلك تختار عينات صغيرة يتوفر فيها صفة الثبات، ومن عيوب هذا التصميم هو الفقد الناتج فى العينات محل الدراسة فى كل مرة تلو الأخرى. وبذلك قد لايكفى الحجم المتبقى للتعميم من خلاله عن تأثير التطور الزمنى أو النمو .

ولذلك فإن الباحث يلجأ إلى إحدى الطريقتين التاليتين :

الأولى : دراسة العصبة *Cohort Study* وتقوم على اختيار عينات جديدة ذات خصائص صاعدة من نفس مجتمع الدراسة مرة تلو الأخرى مثل اختيار العينة فى المرة الأولى من قائمة تضم أطفال ما قبل المدرسة، وبعد عامين تختار عينة أخرى من نفس المجتمع ممن يدرسون فى الفرقة الأولى فى المرحلة الإبتدائية، وبعد عامين عينة ثالثة من أطفال الفرقة الثالثة... وهكذا فى

الخصائص الأخرى . دون أن تكون هى نفس العينة التى ينتقل معها الباحث من فئة إلى أخرى ولكنها تحمل نفس الخصائص والسمات فى المجتمع وهذه الطريقة تقضى على عيب الفقد أو التناقص فى العينات محل الدراسة . حيث تختار فى كل مره عينة جديدة لها خصائص التغير أو النمو .

الثانية: وهى الدراسة الطولية على المدى القصير *Short Term* ، ففى المثال السابق لايحتاج الأمر إلا لمتابعة مرة واحده بعد عامين لعدد من الفئات معاً مثل دراسة مجموعة من الأطفال سن الرابعة وبعد عامين فى سن السادسة، ومجموعة أخرى فى سن السادسة وبعد عامين فى سن الثامنة . وهكذا يتم دراسة ثلاث مراحل عمرية فى عامين فقط، ويمكن تطبيقها كل عام أو كل فترة زمنية قد تعكس نمو المرحلة العمرية أو المستوى التعليمى طبقًا لأهداف الدراسة .

وبصفة عامة على الرغم من مزايا المسح الطولى أو التطورى، التى تتركز فى أهمية دراسة النمو والتطور فى السمات والسلوك، إلا أنه يحتاج إلى العديد من الإجراءات التى تضمن توفير الثبات والصدق المنهجى، نظراً لتأثير التغير فى الزمن أو العينات أو المقاييس أو زيادة ألفة المبحوثين بالأدوات والمقاييس، مع عدم قدرة الباحث على تطوير الأدوات والمقاييس لما لها من تأثير فى النتائج المقارنة .

كما أن أهم هذه العيوب هو التحيز فى اختيار العينات لضمان ثباتها واستقرارها وبالتالى يصعب فى هذه الحالة التعميم من خلال النتائج .

ومع ذلك فإن هذا النوع من المسح يوفر آداة منهجية صحيحة للكشف عن تأثير التطور الزمنى والنمو فى سلوك جمهور المتلقين، وهو المستهدف بالدراسة مع استخدام هذا النوع من تصميمات المسح الوصفى .

خصائص المسح الوصفى

ليست هناك اختلافات واضحة ومحددة بين صور المسح الوصفى وبين الاستدلالى أو التفسيرى وذلك لوحدة الاجراءات والخطوات المنهجية فى كلتا الحالتين ولكن أهم مايميز المسح الوصفى هو الوقوف عند حدود الوصف المجرد للمتغيرات محل الدراسة، أو دراسة العلاقات فى حدود مايسفر عنه الوصف الإحصائى دون تجاوزه إلى الاستدلال عن الأسباب والمقدمات التى ترتبط بالسؤال لماذا...؟ .

وفى هذا الإطار يمكن إيجاز خصائص المسح الوصفى فيما يلى :

- إنه يرتبط بالأهداف الوصفية التى تقف عند حدود الإجابة على الأسئلة من....؟ لمن....؟ وكيف....؟ أى وصف الخصائص، والسمات وأنماط السلوك .
- الاختيار الأفضل للعينات هو الاختيار العشوائى *Rondom* ،وذلك لإمكانية التعميم من النتائج على المجتمع الكلى أو الفئات الأوسع . لأن الاختيار العمدى يرتبط عادة بأسبابه، ولاتصلح نتائجه فى التعميم إلا فى حدود الخصائص أو الفئات المنتقاة عمدياً .
- يوفر الاختيار العشوائى للعينات الكبيرة صفة الموضوعية وعدم التحيز، وهى أهم سمات منهج المسح بصفة عامة .
- يتميز المسح الوصفى بصفة المعاصرة *Contemporary* . ولذلك فإنه يرتبط بأهداف حالية، ويتم اختيار المتغيرات فى هذا الإطار. ولايغير من ذلك المسح الوصفى المتكرر، أو التطورى . لأنه سيكون فى كل حالة معاصراً ويتم الوصف فى الإطار الزمنى الذى تم فيه . وتتم المقارنة عبر هذه الفترات الزمنية . وتسجيل التطور أو التغير من فترة لأخرى بظروفها وخصائصها .
- اختلاف التصميمات لايغير من الإجراءات المنهجية أو أدوات الدراسة وأساليب جمع البيانات، لأن كل التصميمات تتعامل مع عينات ممثلة من جمهور المتلقين بنفس الإجراءات والأدوات .
- تتميز إجراءاته بالثبات، وقابليته لإعادة التطبيق *Replicable* للوصول إلى نفس النتائج بنفس الطرق والأدوات .
- يكتفى الباحث فى عرض النتائج وتفسيرها بطرق الإحصاء الوصفى، لأنه يعتمد بالدرجة الأولى على رصد تكرار الخصائص والسمات وأنماط السلوك وماهو مايمكن عرضه وتفسيره بطرق الإحصاء الوصفى مثل مقاييس النزعة المركزية، ومقاييس التباين أو التشتت، ومعاملات الارتباط فى قياس العلاقة بين المتغيرات .
- يعتبر المسح الوصفى مطلبا فى ذاته لتحقيق الأهداف الوصفية والكشف عن السمات وأنماط السلوك، وبجانب ذلك يعتبر مرحلة من مراحل الاستدلال فى المسح الاستدلالى، حيث يجب أن نبدأ بالوصف ثم الانتقال إلى الاستدلال باستخدام ضوابط أخرى للاختيار والاختبار سيتم ذكرها فى الفصل التالى .

المسح ودراسة القائم بالإتصال

إذا كنا قد حددنا توظيف منهج المسح بدراسة المفردات البشرية، فإن ذلك لايعنى تحديده أيضًا بدراسة جمهور المتلقين، ولكن المفردات البشرية فى العملية الإعلامية يمكن أن تتمثل أيضًا فى جموع القائم بالاتصال فى مجموع الوسائل الإعلامية، أو مجموع صحف/ محطات إذاعة/ قنوات تليفزيونية.... إلى آخره . حيث يزداد حجم القائم بالإتصال فى إطار مفهوم فريق العمل، وتتعدد أيضًا المتغيرات التى يتم دراستها أو وصفها فى دراسات القائم بالإتصال . ويقترب الحجم فى هذه الحالة من حجم العينات فى جمهور المتلقين ، ويقترب عدد المتغيرات من خصائص جمهور المتلقين أيضًا .

ولذلك يصبح من المناسب توظيف منهج المسح وأدواته فى جمع البيانات عن مجموع القائم بالإتصال فى نوعيات وسائل الإعلام أو كلها فى المجتمع، ووصف خصائصه وسلوكه فى إطار النظام الكل للمؤسسة الإعلامية والمجتمع، وتسجيل هذه البيانات وتبويبها وتكوين قاعدة معرفية وصفية عن خصائص القائم بالإتصال فى المؤسسات الإعلامية .

وفى هذه الحالة لا تختلف الخطوات والإجراءات وأدوات جمع البيانات فى التعامل مع مفردات العينات من جمهور المتلقين عنها مع مفردات القائم بالإتصال.

وبصفة عامة لاتختلف الإجراءات المنهجية فى المسح الوصفى عن المسح التفسيرى أو الاستدلالى ، وتستخدم نفس الإجراءات والخطوات مع الاختلاف فى خصائص العينات المختاره وطرق اختيارها ، واختيار المتغيرات وقياسها ، ثم التعامل الإحصائى بعد ذلك مع نتائج المسح .

وبذلك يمكن أن نعتبر المسح الوصفى بداية أو مقدمة للاستدلال والتفسير والإجابة على السؤال لماذا... ؟- كما سيأتى بعد - وتقرير العلاقات السببيه ووضعها كمحاولة لتشخيص الأسباب والمقدمات لحدوث الظاهرة الإعلامية، واتجاه العلاقات بين عناصرها .

دراســـــة الحـــالــــــة
فـى وصـف القائم بالاتصال
والمؤسســات الإعــلاميــة

تعتبر المؤسسة الإعلامية المسماة (دار صحفية/ محطة اذاعية أو تليفزيونية) وحدة واحدة يستدعى الاقتراب منها، ووصف سياساتها واتجاهاته ونظمها الداخلية، وعلاقاتها الخارجية، ومصادر تمويلها ... إلى آخره، يستدعى كل ذلك الدراسة الشاملة، المتعمقة والمركزة لكل هذه الجوانب للخروج بوصف كامل لهذه الوحدة باستخدام أدوات منهجية تتسم بالصدق والموضوعية .

وهذا هو جوهر منهج دراسة الحالة *Case study* الذى يقوم على الدراسة المتعمقة والمركزة والشاملة لمفردة واحدة أو عدد محدود من المفردات أو الوحدات التى يمكن التعامل مع عناصرها وخصائصها بهذا المنهج .

وتعتبر المفردة الواحدة أو العدد المحدود من المفردات هى كل مجتمع الدراسة، وليس العينة المختارة كعدد محدود ممثل للمجتمع . ولذلك تصلح دراسة الحالة لدراسة المؤسسة أو المؤسسات الإعلامية ككل، أو القائم بالاتصال كوحدة أو عدد محدود منه يمثل قطاعاً يستدعى الوصف الجزئى أو الكلى . مثل فئة رئيس أو رؤساء التحرير/ كتاب الأعمدة/ محرر أو محرروا الأبواب والصفحات المتخصصة/ مصمموا الصفحات..... إلى آخره . وعددهم ليس كثيراً سواء فى المؤسسة الواحدة أو مجموعة المؤسسات الإعلامية النوعية . بما يتفق مع توظيف منهج دراسة الحالة وأدواته فى الاقتراب منهم وجمع البيانات وتسجيلها وعرضها من خلال الأدوات الرئيسية لدراسة الحالة التى تتمثل فى المقابلة *Interview* ، والملاحظة والمشاهدة *Observation* التى تقوم على التوجيه والتعمق والتركيز بالدرجة الأولى .

وتتم دراسة الحالة لأى من المؤسسات أو القائم بالاتصال فى اتجاهين

الأول : دراسة الوثائق الخاصة بالنظم والأفكار ، واتجاهات التخطيط والممارسة .

ولاتصلح فى هذه الحالة الدراسات التحليلية للوثائق التى تعتمد على العينات أو التحليل الكمى، لأن هذا لايسهم فى تحقيق أهداف الدراسة التى تقوم على البحث المتعمق والمركز لأدوات أو وسائل اتخاذ القرار، والاتصال داخل الإطار التنظيمى للمؤسسة .

الثانى : دراسة الأفراد، ويشمل ذلك الأفكار والاتجاهات والآراء والدوافع والمشاعر من خلال المقابلة المتعمقة والبؤرية *Facus* التى تركز على أهداف الكشف عن الأدوار والمراكز فى المؤسسات، ودورها فى التخطيط واتخاذ القرار، والكشف أيضًا عن أساليب الممارسة المهنية والمهارات المختلفة فى مجالات العمل وعلاقاتها .

ولذلك يتم توظيف الأدوات والوسائل التى تسهم فى جمع المعلومات من مصادرها البشرية أو الوثائقية لتحديد الأوصاف الدقيقة للحالة موضوع الدراسة، والظاهرة العلمية التى ترتبط بها كوحدة من وحدات التحليل فى حركة الظاهرة أو الوحدة الرئيسية فيها . وتشخيص أسباب الظاهرة ومقدماتها من خلال الدراسة المتعمقة للحالة سواء كانت فرداً أو مؤسسة اجتماعية فى الدراسات الإعلامية .

وكما يمكن دراسة الحالة - المفردة - باعتبارها الكل فى الدراسة الوصفية، مثل دراسة سياسات ونظام مؤسسة صحفية وأساليب إدارة العمل واتجاهاتها فى رسم السياسات الصحفية، بالإضافة إلى الاتجاهات الخاصة بمحتوى إصداراتها الصحفية . وذلك فى إطار وصف المؤسسة وحدها والخروج بأوصاف دقيقة لهذه الجوانب وتسجيلها وعرضها .

أو الدراسة المتعمقة لكاتب معين: تاريخه/ واتجاهاته/ وأساليب الكتابة التى يتبناها/ وانتاجه/ واتجاهات هذا الإنتاج السياسة والإجتماعية.... إلى آخره .

كما يمكن دراسة الحالة - المفردة - باعتبارها الكل يمكن أيضًا دراستها ، كجزء من العناصر المحركة للظاهرة الإعلامية، أو جزء فى السياق الاجتماعى، أو المواقف المختلفة، سواء لأغراض وصف الكل من خلال وصف الأجزاء أو وصف الأجزاء لبناء العلاقة بين الكل والجزء لتفسير الكثير من المواقف والاتجاهات مثل دراسة عدد محدود من الكتاب/ أو المؤسسات الإعلامية ، لوصف وتقرير الواقع الإعلامى- سياساته ومناهجه واتجاهاته- فى مرحلة معينة أو فترة تاريخية معينة.

وفى كلا الحالتين - دراسة الحالة باعتبارها الكل أو الجزء - تتبع نفس الإجراءات والخطوات المنهجية، ونفس الأدوات والأساليب الخاصة بجمع البيانات وتسجيلها ووصف الحالة وتشخيص الظاهرة ذات العلاقة بهذه الحالة التى يتم دراستها .

ويتبع في دراسة الحالة الإجراءات المنهجية التالية :

- تحديد الأبعاد ذات العلاقة بالمشكلة أو الظاهرة العلمية، التي يمكن أن تفيد في زيادة الاستبصار بالحالة والاقتراب منها مثل: الأبعاد التاريخية/ الأبعاد الإجتماعية/ الأبعاد التنظيمية/ الأبعاد النفسية مثل الإتجاهات والعقائد والقيم والميول والمشاعر..... إلى آخره/ الأبعاد الخاصة بالممارسات العلمية والمهنية/ العلاقات والتأثيرات الخارجية/ الوحدات أو المفردات ذات العلاقة بالحالة محل الدراسة/ مخرجات العمل والعلاقات والممارسة المهنية وتقييمها .
- تحديد نوعية البيانات والمعلومات المستهدفة في الأبعاد السابق ذكرها، وحدودها مثل البيانات التي تعبر عن حقائق/ أو تلك التي تصف أنماط السلوك في أي موقع من المواقع أو وحدة من الوحدات مثل السلوك الإنساني أو السلوك المؤسسي الذي تعكسه اتجاهات الممارسة والتطبيق العلمي للسياسات والخطط الكلية أو الجزئية للأفراد أو المؤسسات/ أو البيانات الخاصة بالأبعاد النفسية أو الإجتماعية .
- تحديد مصادر هذه البيانات سواء كانت الحالة ذاتها مؤسسة أو فرد/ أو غيرها : مؤسسات اجتماعية أخرى أو أفراد آخرين ذوي علاقة بالحالة محل الدراسة. وكذلك تحديد وعاء هذه البيانات وثائق/ تسجيلات/ أفراد .
- تحديد أساليب جمع البيانات وأدواتها، بما يتفق مع نوعية هذه البيانات ومصادرها مثل المقابلة والاتصال المباشر/ الملاحظة بأنواعها/ تحليل الوثائق/ الاستبيان متى دعت الحاجة إليه مثل جمع بيانات عن اتجاهات العاملين أو درجات الرضا في المؤسسة الإعلامية مثلا .

وبالتالي تصميم استمارات المقابلة أو بطاقات الملاحظة والتقدير . وكذلك الاستبيان - والتأكد من الصدق المنهجي لأدوات جمع البيانات وثباتها .

- جمع المعلومات وتسجيلها وتحليلها .
- صياغة النتائج وتفسيرها .

وتعتبر الإجراءات الخاصة بتأكيد الصدق المنهجي للإجراءات والأدوات ضرورة حيوية في تطبيقات دراسة الحالة، لأن هذا المنهج يتسم بالذاتية *Subjectivity* بقدر كبير في إجراءاته وبناء تفسيراته .

خصائص دراسة الحالة وحدودها

لعل أهم مايلاحظ فى تطبيقات المنهج العلمى بصفة عامة، وبحوث الإعلام بصفة خاصة هو غياب أو حدود توظيف منهج دراسة الحالة. بل إن الكثير من الدراسات قامت بالسير فى إجراءاته فعلاً، دون أن تعى أو تشير إلى أن ماتقوم به فعلاً هو دراسة متعمقة ومركزة لحالة ما (فرد/ أو مؤسسة) وبصفة خاصة الدراسات الصحفية التى نسبت إلى الدراسات التاريخية، حيث اعتمدت على إجراءات هذا المنهج فى دراسة الأعلام فى تاريخ الصحافة والصحف . بجانب ندرة الدراسات التى استهدفت دراسة مؤسسة ما دراسة متعمقة ومركزة لأسباب وصعوبات ترتبط بالمناخ السائد وقت هذه الدراسات وما تفرضه هذه المؤسسات من قيود وصعوبات فى هذه الدراسات المتعمقة سواء من خلال إجراءات دراسة الحالة أو غيرها .

ولعل هذا بجانب غيره من خصائص دراسة الحالة هو الذى وضع حدوداً لتطبيقاته والاعتماد عليه فى الوصول إلى تفسيرات دقيقة للظاهرات الإعلامية .

ومن هذه الخصائص والحدود مايلى :

١- غلبة الذاتية *Subjectivity* فى الكثير من إجراءاته وتفسيرات نتائجه والميل إلى أن يكون انطباعياً *Impresionistic* . لغياب البعد الكمى الذى يفيد إلى حد بعيد فى التفسير الموضوعى للنتائج .

٢- لايصلح المنهج أن يكون أداة للتعميم . لأن الدراسة مهما كانت متعمقة ومركزة فإنها تتم على حالة بذاتها ولذاتها . والنتائج لن تفيد إلا فى وصف الحالة فقط والإجابة على مايرتبط بها من تساؤلات بحثية وعلمية . دون أن تقدم سنداً للإستدلال عن العلاقات الأخرى أو حركة الظاهرة الكلية أو علاقاتها بالظاهرات الأخرى . ذلك أن وصف مؤسسة إعلامية أو كاتب ما لايصلح للتعميم من خلاله لوصف الإطار العام لبناء المؤسسات الإعلامية، أو خصائص وسمات الكتاب جميعهم فى فترة ما أو مرحلة من المراحل .

٣- إن هذا المنهج على الرغم من بساطته الظاهرة ، إلا أنه يحتاج إلى جهد كبير ووقت أطول، وإجراءات معقدة لتجاوز الكثير من الصعوبات، للوصول إلى النتائج التى قد لاتتفق مع هذا الجهد والوقت .

٤- يعتبر التوثيق العلمى لكافة الإجراءات والخطوات ضرورة لتأكيد الصدق المنهجى، وصلاحية الإعتماد على النتائج وتفسيراتها .

٥- إن تقرير إجراءات وخطوات منهجية للعمل لايعنى أن تتم بنفس الترتيب . بل إن الكثير من الإجراءات يمكن أن تتم على التوازى، أو تتقاطع مع بعضها للوصول إلى المعلومات والبيانات وتسجيلها فى الوقت المناسب وفى السياق الذى يسمح بالتفسير الدقيق للنتائج .

وهذه الخصائص والحدود هى التى دعت العديد من الخبراء إلى القول بأن هذا المنهج لايعتبر علمياً بدرجة كافية وبصفة خاصة لاعتماده على الذاتية فى الكثير من إجراءاته .

إلا أن هذا لايقلل من كفاءته فى التعامل مع وحدة واحدة تمثل حالة الدراسة، بهذه الإجراءات لتى لايصلح معها التعامل الكمى أو التحليل الإحصائى فى كثير من إجراءات الدراسة . بل إن التحليل الإنطباعى والتفسير الكيفى يكون هو الأساس فى مثل هذه الدراسات . وهذا المنهج بإجراءاته أو بعضها يصلح لأن يكون أداة لتأكيد الصدق المنهجى فى بحوث تعتمد على مناهج أخرى مثل المسح على سبيل المثال . حيث يمكن إجراء الدراسة المتعمقة لعدد محدود من الحالات لتأكيد صدق النتائج الكمية للمسح . بالإضافة إلى أن هذا المنهج يستدعى إجراءات التعامل مع مصادر البيانات ونقدها بنفس الأساليب والأدوات الخاصة بالبحث النقدى والتاريخى .

ولذلك فإننا لانقلل من صلاحية هذا المنهج، لأنه يعتبر منهجاً كافياً لجمع المعلومات عن حالة ما أو عدد محدود من المفردات تمثل حالة دراسية . ويتكامل مع مناهج وأساليب بحثية أخرى فى دراسة الظاهرات الإعلامية التى تتسم بالتركيب والتعقيد .

تحليل النظم
فى دراسة المؤسسات الإعلامية

تحليل النظم *Systems Analysis* عبارة عن منهج استدلالى يقوم بداية على فكرة عزل العناصر والمكونات عن بعضها ومحاولة وصفها وصفاً جزئياً دقيقاً لتحديد معالم التفاعلات والعلاقات بين هذه العناصر وبعضها التى تؤدى إلى وجود الظاهرة أو المشكلة، ثم اقتراح الحلول والبدائل المختلفة التى تتفق وخصائص هذه التفاعلات والعلاقات .

وكما سبق أن قدمنا فى الفصل الثانى من هذا الكتاب أن وسائل الإعلام تعتبر فى الفكر النظمى أو إطار المنظومات نظامًا مفتوحًا يتفاعل مع البيئة المحيطة به يؤثر فيها ويتأثر بها .

ولذلك لاتقف حدود توظيف تحليل النظم فى دراسة المؤسسات الإعلامية على وصف العناصر والمكونات فقط . ولكنها تمتد إلى وصف علاقات المؤسسات الإعلامية بالنظم الإجتماعية الأخرى والبيئة الكلية لهذه النظم .

ويركز تحليل النظم بصفة عامة على ثلاث عمليات رئيسة :

١- وصف للمدخلات *Inputs* أو العناصر المحركة للإنتاج، أو المؤثرة فى المنتج النهائى .

٢- وصف للمنتج النهائى أو المخرجات *Outpnts* أو المستهدف .

٣- وصف للعمليات التى تتم خلال مراحل تحويل المدخلات إلى مخرجات، وطبيعة العلاقات بين العناصر المحركة لهذه العمليات .

ثم تأتى بعد ذلك العملية المنهجية التى تعتبر المدخل إلى التشخيص أو اقتراح الحلول والبدائل، وتتمثل فى إعادة التركيب لهذه العناصر فى أكثر من صيغة يترتب عليها اتفاق أو اختلافـفى النتائج البديلة .

وفى حالة النظم المفتوحة وعلاقاتها مع النظم الأخرى والبيئة التى تمثل سياق حركة النظم، فإن هذه العلاقات تعتبر جزءًا من المدخلات فى الوصف الكلى .

وتعتمد عمليات الوصف السابقة على جهود كبيرة فى جمع البيانات والمعلومات التفصيلية والدقيقة عن كل عنصر وعلاقاته مع عناصر النظام الأخرى . وذلك من خلال الأساليب المختلفة والأدوات العديدة لجمع البيانات والمعلومات بأنواعها، ومن مصادرها الأساسية، حسب طبيعة كل عنصر وخصائصه .

ويعتبر استخدام تحليل النظم غير ذى جدوى مالم ينتهى بتقديم نموذج مبتكر يوضح أفضل الأوضاع للعناصر وعلاقاتها بما يؤدى إلى تحسين المخرجات أو إنتاج مخرجات جديدة . ولذلك فإن تحليل النظم يحتاج بدرجة كبيرة إلى قدرات إبداعية فائقة فى التعامل مع بناء العلاقات، وإصدار الأحكام وبناء النماذج، ويعتمد أيضًا تحليل النظم بدرجة كبيرة على الأساليب الكمية *Quantitative* فى جمع البيانات وتسجيلها ووصفها وعرضها فى صورة من صور العرض المختلفة التى تتمثل فى

الجدوال والعروض البيانية بجانب النصوص الشارحة للوصف والتفسيرات الخاصة بالعناصر والعلاقات بينها .

ويحدد جيمس لوينز (٨٥، ٦٢) ست خطوات أساسية لتحليل النظم هى :

١- تحديد المشكلة وصياغتها .

٢- وضع الحلول البديلة .

٣- بناء النماذج التى تشكل البدائل .

٤- تحديد التكلفة والفعالية لكل من البدائل .

٥- تقديم التوصيات .

٦- تنفيذ البديل المختار .

وتحدد هذه الخطوات الست المراحل أو الخطوات بشكل عام فى إطار بحوث العمليات ومواجهة المشكلات والصعوبات . ولاتختلف كثيرا عن الخطوات المنهجية فى البحث العلمى التى تركز على تحديد مصادر البيانات وأساليب جمع هذه البيانات وأدواتها .

كمايرى محمد الهادى (٩٥: ٢٢٥-٢٢٧) أن تحليل النظم يشتمل على :

- دراسة النظام الحالى أو جزء منه، وتطبيق المعلومات المحصل عليها فى تصميم نظام جديد يحل محل النظام الراهن أو يعمل على تحسينه .

- تجميع وتفسير البيانات والحقائق وتشخيص المشاكل بغية تحسين أو تطوير النظام .

وبذلك نرى أن تحليل النظم لايقف عند حدود التجزئ أو التفكيك والوصف المجرد لكل عنصر فى عزلة عن العناصر الأخرى، ولكن يهدف بالدرجة الأولى إلى تشخيص المشكلات واقتراح الحلول لهذه المشكلات من خلال المبادأة باقتراح النماذج البديلة لهذه الحلول .

وفى إطار الخطوات الشائعة للبحث العلمى، فإننا نرى أن تحليل النظم يمر أساسًا بخطوات رئيسية تعكس مفهوم التحليل من جانب، ومفهوم النظم من جانب أخر ولذلك فإن الخطوات الأولية لتحليل النظم تتمثل فى الآتى :

١- وصف النظام فى إطار السياق الذى يدور فيه، أو البيئة التى يعمل بها، باعتباره نظامًا مفتوحًا، وهو مايميز المؤسسات الإعلامية بصفة عامة .

٢- وصف المدخلات الناتجة عن التفاعل مع هذا السياق أو هذه البيئة، والتى تمثل مجموع التأثيرات المتبادلة بين النظم الفرعية الأخرى فى دائرة السياق أو البيئة مثل التشريعات/ الضوابط الاجتماعية/ مصادر التمويل/ خصائص السوق .

٣- تحديد عناصر النظام ومكوناته مثل الإدارة/ التحرير/ الإنتاج/ التسويق....إلى أخره، ثم وصف هذه العناصر، وطبيعة العلاقات بينها .

وهذه الخطوات الأولية تشكل المدخل الأساسى للخطوات المنهجية الخاصة بتحديد البيانات المستهدفة، ومصادرها (مصادر بشرية/ وثائق) ثم تأتى الخطوات التالية :

٤- تحديد نظام جمع البيانات والذى يشمل تصميم أدوات جمع البيانات، وبطاقات التقدير والقياس واختبارها .

٥- تصنيف وتسجيل البيانات بما يتفق مع أهداف عملية التحليل واتجاهاتها .

٦- عرض البيانات فى صورة من الصور المختلفة لعرض البيانات .

٧- إجراء المقارنات مع المعايير المختلفة - فى حالة توافرها - للخصائص والعلاقات الخاصة بكل عنصر .

٨- إعادة توصيف هذه العناصر وبناء العلاقات التنظيمية بينها، من خلال البدائل المقترحة .

٩- اختيار أنسب البدائل والحلول المطروحة . وعرضها فى صورة نموذج من النماذج الخاصة ببناء النظم .

ويراعى الباحث أن التحكيم والاختبار وإجراء المقارنات مع المعايير الخارجية تعتبر ضرورة لتقرير أوزان الخصائص القائمة للعناصر والعلاقات بينها . ولذلك فإن تحليل النظم يحتاج إلى اطلاع واسع على علوم الإدارة وبحوث العمليات ونظم المعلومات، التى تعتبر ضرورة لإرشاد الباحث إلى سبل التعامل مع البيانات ومصادرها فى تحليل النظم وأساليب عرض البيانات بما يتفق مع الأساليب الشائعة لتحليل البيانات. والتى أصبحت تتعامل مع الحاسب الآلى بالدرجة الأولى، مثل الجدولة وخرائط التدفق التى أصبحت من أساليب عرض البيانات وتحليلها فى الحاسب الآلى .

ونؤكد على أن تحليل النظم يحتاج إلى مهارات إبداعية وابتكارية فى كل

مراحله، بالإضافة إلى حاجته للمعرفة الواسعة التى تساعد على التفسير الكيفى وتسجيل النصوص الشارحه كصورة من صور غرض البيانات والنتائج . ويجب ألا نغفل ذلك اعتماداً على أن تحليل النظم يعتبر أسلوبًا كميًا بالدرجة الأولى خاصة بعد أن تم تطوير إجراءاته وأدواته بما يتفق مع الاستخدامات العلمية للحاسب الآلى فى الإدارة والتنظيم .

خصائص تحليل النظم

١- يميل تحليل النظم إلى أن يكون النشاط فرديًا متميزاً أكثر من كونه خطوات منهجية منتظمة، لأن الكثير من إجراءاته - كما سبق أن ذكرنا - تعتمد على المهارات الابداعية والابتكارية، بالإضافة إلى أن رسم النتائج والنماذج فى النهاية هى اختيارات من بدائل تعكس قدرات متميزه للباحثين والخبراء فى ميدان التحليل .

٢- تؤثر سيادة الطابع الكمى فى الكثير من إجراءاته وأدواته، حيث يتم تصميمها بما يتفق مع هذا الطابع . ولذلك تعتبر اختبارات الثبات والصدق ضرورة فى تصميم الإجراءات والأدوات، وتقرير النماذج المختاره .

٣- يحتاج الحكم على الخصائص والعلاقات الاسترشاد بمعايير قائمة ومعترف بها فى مجال البحث، لمساعدة الباحث فى تقييم الخصائص والعلاقات، وتقرير النتائج وبناء النماذج .

٤- من الممكن تطبيق تحليل النظم بشكل جزئى على خصائص بعض العناصر وبناء العلاقات بينها مثل رسم خصائص الإدارة وأساليبها، وعمليات التحرير، والمتلقين . كما يمكن تطبيقه بشكل كلى على كل بناء النظم وعلاقاتها .

٥- يراعى أن يبدأ العمل دائما من أعلى إلى أسفل ومن الدوائر الأكبر إلى الأصغر فى عملية التحليل . وتحليل النظم يبدأ من السياق والبيئة الكلية، وفى الداخل يبدأ من قمة الهرم التنظيمى إلى أسفله .... وهكذا . أو يبدأ العمل فى الاتجاه من المدخلات ثم العمليات ثم المخرجات .

٦- يقترب تحليل النظم إلى التكامل مع غيره من المناهج العلمية وبصفة خاصة المناهج والأساليب الخاصة بجمع البيانات مثل التصميمات المختلفة للمسح، أو دراسة الحالة فى دراسة بعض العناصر أو المكونات الخاصة بالنظام .

٧- ويعتمد أيضًا على عدد من أدوات جمع البيانات - حسب الحاجة - مثل الاستقصاءات والمقابلات والملاحظة بأنواعها، وتصميم الاستمارات والبطاقات الخاصة بها للوصول إلى البيانات المستهدفة في وصف النظام وعناصره .

أوجه الاتفاق والاختلاف بين دراسة الحالة وتحليل النظم

يقترب استخدام منهج دراسة الحالة مع تحليل النظم في دراسة المؤسسات الإعلامية، لأن المؤسسة الإعلامية تعتبر في وقت واحد مفردة واحدة، تقوم على بناء منظومي يحمل أهدافه وتنظيمه وآليات تنفيذ هذه الأهداف . وهذا البناء يمكن دراسته منهجيًا من خلال دراسة الحالة دراسة متعمقة ومركزة لكل هذه العناصر، وفي نفس الوقت لايمكن إجراء هذه الدراسة المتعمقة والمركزة دون عزل عناصر النظام أو البناء عن بعضها لمزيد من التعمق في دراستها، وهذا هو جوهر تحليل النظم . ولكن تبقى هناك عدة إختلافات :

١- يغلب على دراسة الحالة التسجيل الكيفي والإنطباعي للبيانات والمعلومات، مع غياب واضح للاستخدام الكمي . بينما يتطلب تحليل النظم تصحيح الأساليب وبناء الأدوات بشكل ييسر الاستخدام الكمي . نظرًا لأن الاستخدام الشائع لتحليل النظم يكون من خلال برامج الحاسب الآلي التي تحتاج إلى استخدام رموز وأرقام تتفق وطبيعة هذه البرامج .

٢- ليس هناك ما يمنع من دراسة عناصر الوحدة دون ترتيب أو على التوازي، لأن من يسجل ويفسر ويعرض البيانات هو الباحث . بينما يفرض تحليل النظم العمل طبقًا لخرائط التدفق ومسارات التنظيم والعلاقات لأن كل وحدة أو عنصر قد تكون بياناته في حد ذاتها مدخلات لدراسة العنصر أو الوحدة التالية وهكذا . ولذلك يفرض تحليل النظم أن تبدأ الدراسة من الدوائر الأكبر إلى الأصغر، أو من قمة الهرم إلى قاعدته، بما يتفق مع مسارات التدفق ووضع الوحدات في برامج الحاسب الآلي في علاقتها بعضها ببعض .

٣- تركز دراسة الحالة - في بحوث المؤسسات - على أساليب المقابلة والملاحظة وغيرها من الأدوات التي تعتمد على الاتصال المباشر مع المبحوثين أو مفردات الدراسة . بينما يتوسع تحليل النظم في استخدام أساليب أخرى تعتمد على الاستقصاء وجمع البيانات من بعد كجزء من المدخلات الأساسية لحركة العملية والأداء . أو ضرورة لتقييم المخرجات والمنتج النهائي .

٤- تهدف دراسة الحالة إلى الوصف التقريرى أو التشخيص القائم على هذا الوصف - بالنسبة لدراسة المؤسسات الإعلامية بالذات - بينما يتطلب تحليل النظم المقارنة المعيارية مع معايير للأداء والعمل وبناء العلاقات ووصف النظم، تكون أساسًا فى تصميم البرامج ونماذج بناء النظم .

ولذلك يعتمد تحليل النظم فى جزء كبير من تصميماته على علوم الإدارة وبحوث العمليات وتحليل البيانات التى تعتبر ضرورة لتقرير خصائص النظام والعلاقات بين عناصره أو العلاقات مع البيئة الكلية وعناصرها .

وعلى الرغم مما يتردد دائمًا عن منهجية تحليل النظم وعلاقاته بما يستحدث فى علوم المعلومات والحاسب الآلى، إلا أنه بصفة عامة يعتبر تطويراً لدراسة الحالة فى اعتماده على الجانب الكمى وتقليل الذاتية التى تتسم بها بحوث دراسة الحالة .

ولذلك لانجزم بأن هناك تصميمًا نمطيًا واحداً لتحليل النظم يجب الاسترشاد به، ولكنه كما سبق أن ذكرنا - يعتمد فى الكثير من إجراءاته المنهجية وتصميم أدواته على القدرات الابتكارية والإبداعية للباحثين فى هذا المجال .

كما أنه لايعنى ارتباط تحليل النظم باستخدام الحواسب، ضرورة استخدام برامجها فى التسجيل والتحليل. بل أن هذه العمليات يمكن أن تتم من خلال الجهود البشرية لفريق البحث فى تمثيل عرض المعلومات وحركة العناصر وعلاقاتها مع بعضها بالصور المختلفة للتسجيل والعرض واستخدام وسائل وأدوات مساعدة لهذه الجهود تعتمد على الأساليب المبتكرة للبحث ودفع التفكير فى البدائل، مثل أساليب ولفى *Delphi* وبناء السيناريوهات والعصف الذهنى .... وغيرها . التى تعتمد على خبرة واسعة ومعلومات كافية للتحليل والاستنتاج واتخاذ القرارات .

المنهـــج المقـــارن
والمقـارنـة المنهجيـة

إختلط الأمر على كثير من الباحثين فى الدراسات الإعلامية بين المقارنة المنهجية بإعتبارها مطلبًا أساسيًا فى تطبيقات العديد من المناهج العلمية المختلفة، وبين الدراسات المقارنة *Comperative Studies* التى تهتم بدراسة توزيع الظاهرات الإجتماعية فى مجتمعات مختلفة، أو أنماط محددة من المجتمعات أو حتى مقارنة

مجتمعات كلية بعضها ببعض، أو مقارنة النظم الإجتماعية الرئيسية من حيث إستمرارها، وتطورها والتغير الذى يطرأ عليها (محمد على محمد:٨٢:٢٢٧) وهذه الدراسات تجد مجالاتها أكثر فى علم الإجتماع وعلم الانثروبولوجى التى تهتم بتحليل عمليات التغير فى المجتمعات ومقارنتها، أو مقارنة خصائص المجتمعات الثقافية عبر الزمن .

أما فى الدراسات الإعلامية فالأمر يختلط على الباحثين فى حالات متعددة مثل :

- النتائج المقارنة فى تحليل محتوى الإعلام عبر الوثائق المختلفة (صحف/ قنوات/ برامج/....إلى آخره) أو عبر الزمن مثل مقارنة نتائج التحليل بين المراحل التاريخية لما قيل فى هذه المراحل أو الفترات .
- النتائج المقارنة بين الفئات أو الجماعات أو العينات فى الدراسات الميدانية للسلوك الإتصالى .

وفى مثل هذه الحالات يسجل الباحث خطأ استخدام المنهج المقارن بينما لم يزد الأمر عن إجراء المقارنة بإعتبارها مطلبًا منهجيًا لإستقراء نتائج التحليل، أو نتائج المسح الميدانى على سبيل المثال .

ولولا هذه الأخطاء التى يقع فيها الباحثون لم يكن هناك مايدعو لتناول المنهج المقارن لحدود استخدامه فى الدراسات الإعلامية التى مازالت تقف عند حدود وصف الجمهور وسلوكه الإتصالى أو تحليل محتوى الإعلام بصفة مستقلة أو لأغراض اختبار الفروض الخاصة بالنظريات الإعلامية المعاصرة .

مجالات استخدام المنهج المقارن :

تتمثل مجالات الاستخدام الرئيسة التى يمكن أن تخضع للبحث المجالات فى الآتى : (محمد على محمد:٨٢: ٢٣٠-٢٣١) .

- دراسة أوجه الشبه أو الاختلاف بين الأنماط الرئيسة للسلوك الإجتماعى مثل دراسة السلوك السياسى أو السلوك الإجرامى .

وفى هذه الحالات يمكن تطبيق المنهج المقارن فى الدراسات الإعلامية فى مجالات دراسة السلوك الاتصالى مع وسائل الإعلام ومقارنته بين المجتمعات أو الثقافات *Gross-Culture* أو دراسة المؤشرات الثقافية المختلفة من خلال محتوى الإعلام فى المجتمعات المتباينة كمدخل لدراسة الثقافات والحضارة المقارنة .

- دراسة نمو وتطور مختلف أنماط الشخصية أو الأنماط الدافعية والإتجاهات السيكولوجية والإجتماعية فى مجتمعات مختلفة وثقافات متعددة . وتمثل هذه الدراسات بحوث الثقافة والشخصية ودراسة الطابع القومى *National Character* . ويمكن استخدام الدراسات الإعلامية فى هذا المجال فى دراسة الصورة الذهنية للمجتمعات فى وسائل الإعلام، أو اتجاهات الرأى العام تجاه القضايا الإنسانية المقارنة فى هذه المجتمعات .
- دراسة النماذج المختلفة من التنظيمات *Organisations* وعلى الأخص التنظيمات البيروقراطية مثل نقابات العمال، أو التنظيمات السياسية أو التنظيمات الصناعية المختلفة .

وفى هذه المجال يمكن دراسة التنظيمات الإعلامية فى إطار المقارنة بين المجتمعات مثل هياكل المؤسسات الإعلامية أو نقابات الصحفيين فى إطار دراسة النماذج المختلفة من التنظيمات .

- دراسة النظم الإجتماعية فى المجتمعات وتحليل المعايير الإجتماعية العامة التى تعتبر محددات لهذه النظم مثل نظام الأسره والزواج والمعتقدات ودراسة الجماعات الرئيسية والنظم الفرعية مثل العادات والتقاليد والفولكلور .
- تحليل المجتمعات الكلية والمقارنة بين المجتمعات وفقًا للنمط الرئيسى السائد للنظم أو التوجهات الثقافية .

ومراجعة هذه المجالات وتطبيقاتها فى علم الإجتماع يقدم صورة للفرق بين استخدام المنهج المقارن، وتحقيق مطلب المقارنة المنهجية الذى يعتبر إستكمالا لإجراءات العديد من المناهج مثل المسح الاستدلالى أو تصميمات الدراسات الميدانية شبه التجريبية .

وبصفة عامة يمكن تصور الاختلاف بين تطبيقات المقارنة فى الحالتين فى أن المقارنة فى المنهج المقارن تتم على مستوى المجتمعات والتجمعات أو الحضارات والثقافات وهو المستوى الماكرو *Macre* فى التحليل، ومجالها علوم الإجتماع والدراسات الثقافية والانثروبولوجية . وإن ساهمت الدراسات الإعلامية فى جانب منها كما سبق أن أوضحنا . أما المقارنة المنهجية كأداه من أدوات الاستقراء فى تحقيق الفروض العلمية سواء فى الدراسات التحليلية أو الميدانية والمقارنة بين

المجموعات أو الجماعات داخل المجتمع الواحد فهى تنتمى فى هذه الحالة إلى الدراسات الميكرو *Micro* فى التحليل، حيث تعتبر الجماعات أو المجموعات وحدات فرعية أو وحدات أصغر فى المجتمعات ونظمها الرئيسية ويمكن اتخاذها معيارا للمقارنة بين المجتمعات المختلفة فيما بعد، لكن دراستها تكون قد قامت بداية فى رسم صورة متكاملة للمجتمع فى جوانب الدراسات الإعلامية أو من خلالها .

ولذلك فإن علم المناهج عندما يتناول المنهج المقارن لايتناوله بمفهوم المقارنة فى تطبيقات المناهج المختلفة، ولكن بالمعنى الأكبر للمفهوم وهو المقارنة بين المجتمعات المختلفة أو الثقافات فى إطار معايير أو محكات يجتمع لها قدر من الاتفاق والاختلاف التى تكون مجالا للمقارنة واصدار الاحكام حول الخصائص أو السمات المقارنة بين هذه المجتمعات أو الثقافات . وليس بين الجماعات أو الفئات داخل المجتمع التى تتفق فى أطر هذه المعايير والضوابط أو المحكات الإجتماعية التى تتخذ أساسا للمقارنة .

تكامل المناهج لأغراض المقارنة .

ومما يزيد احتمالات التداخل أيضًا بين مفهوم المقارنة المنهجية والمنهج المقارن، هو استخدام نفس المناهج لأغراض المقارنة بين المجتمعات أو الثقافات، لأن تطبيق المنهج المقارن يستدعى استخدام مناهج وأساليب أخرى تحقق هدف المقارنة . مثل استخدام تحليل محتوى الإعلام أو الوثائق أو الكتب المدرسية للكشف عن الخصائص والأنماط الثقافية للشعوب والمجتمعات . أو استخدام المسح لجمع البيانات عن أنماط السلوك أو المعايير أو الخصائص التى تسهم فى رسم صورة المجتمعات وإجراء المقارنة بينها . أو استخدام تحليل النظم لدراسة التنظيمات أو النظم أو البناءات الإجتماعية فى المجتمعات المختلفة الأغراض وصف أهداف هذه النظم أو التنظيمات وعناصرها واتجاه العلاقات بينها وارتباطها بالخصائص أو السمات الثقافية للشعوب والمجتمعات .

واستخدام تحليل المحتوى أو المسح أو تحليل النظم ومايرتبط به من ضرورات المقارنة بين نتائج التحليل أو المسح أدى أيضًا دون وعى من الباحث إلى الخلط بين المفاهيم، خصوصًا أن الأمر لايزيد - فى إدراك الباحث - عن كونه رصدا للمنهج

المستخدم فقط فى مقدمة البحث دون مطالبته بتقديم الخصائص المميزة للمنهج المستخدم للحكم على صلاحية الاستخدام واتفاقه مع أهداف البحث ومتطلباته . بالإضافة إلى أن المنهج المقارن لايزيد أيضًا فى وعى عدد كبير من الباحثين عن مجرد إجراءات المقارنات فى أى مستوى من مستويات العمل المنهجى . وهذا يختلف عن الخصائص المميزة للمنهج المقارن واستخداماته حيث يتطلب بداية :

- التعامل مع الوحدات الكبيرة (حضارات - ثقافات - مجتمعات) .
- وجود أتفاق أو إختلاف فى الوحدات مجال المقارنة .
- وجود معايير أو محكات *Criteria* للمقارنة تتسم بالصدق والثبات .
- بالإضافة إلى توحيد الرموز المستخدمة فى إجراءات المقارنة مثل الرموز اللغوية ودلالاتها ، وكذلك مقاييس الصورة والمعنى المستخدمة فى القياس وإجراء المقارنات مثل مقياس التباين الدلالى فى رسم الصورة الذهنية .

وذلك بالإضافة إلى الجهود المنهجية الكبيرة فى التحكيم على التوافق فى اختيار المواقف والمؤشرات والخصائص التى تحتاج إلى دراسات متعمقة للأنساق الثقافية والإجتماعية التى يتم دراستها لأغراض المقارنة .

ولهذا فإن الباحث يجب أن يكون حذرا فى تسجيل هذا المنهج فى الدراسة الإعلامية دون توافر الحاجة إلى استخدامه، والاكتفاء بمطلب المقارنة المنهجية التى تفرضها المناهج المختلفة فى رسم الاستدلالات المختلفة أو تقرير التفاعل والأثر الذى تستهدف البحوث دراستها مثل ضرورات المقارنة بين نتائج تحليل المحتوى سواء عبر الزمن أو عبر الفئات المختلفة لأوعية التحليل(صحف/ قنوات/برامج....) أو ضرورات المقارنة بين الجماعات المقارنة فى الدراسات المستعرضة أو التطورية لأغراض الاستدلال عن الاتفاق أو الاختلاف فى أنماط السلوك أو التعرض إلى وسائل الإعلام ومحتواها أو تقرير التفاعل وحدوث التأثيرات . أو المقارنة بين الجماعات المختلفة لأغراض التجريب فى الدراسات الميدانية وشبه التجريبية كما سيأتى بعد فى دراسة العلاقات السببية التى تعتبر المقارنة المنهجية مطلبًا أساسيًا لتقرير هذه العلاقات أو اختبارها .

التحليل البعدى
والتحليل من المستوى الثانى

لاتقف حدود الحاجة إلى دراسة الأدبيات السابقة عند الرغبة فى تطوير المشكلة العلمية أو صياغة الفروض الخاصة بها . ولكنها تمتد إلى تلبية الحاجات العلمية لمعرفة العلاقات بين نتائج البحوث السابقة لأغراض المقارنة المنهجية التى يمكن أن تثرى المعرفة النظرية فى مجال الإعلام أو توجه الباحثين إلى دراسة مشكلات علمية جديدة، أو القاء الضوء على المنهج والأدوات وإجراءات البحث المستخدمة فى البحوث السابقة ودراسة الارتباط بين هذه الاستخدامات والنتائج فى إطار المقارنة .

ويتم إجراء مثل هذه الدراسات من خلال التحليل البعدي *Meta Analysis* أو التحليل من المستوى الثانى *Secondary Analysis* الذى يعتبر إعادة لاستخدام تراث البحوث السابقة، سواء كان بواسطة الباحثين الذين قاموا بها أو غيرهم، يتم إجراء مثل هذه الدراسات للإجابة على التساؤلات المنهجية ذات العلاقة بهذه البحوث الأصلية، **وتهدف عادة إلى المقارنة بين نتائج هذه البحوث، لتحقيق التكامل بين هذه النتائج، وصياغة تعميمات جديدة تعتمد على هذه المقارنة ونتائجها .**

والتحليل البعدى أو التحليل من المستوى الثانى أو تحليل الأدبيات السابقة *Literature Analysis Research* يقترب كثيراً من الدراسة الاستطلاعية للدراسات السابقة أو الدراسات المرتبطة التى تعتبر مطلباً للإقتراب من المشكلة العلمية التى يدرسها الباحث أو صياغة فروضها، فى أنها جميعًا تعتمد على تراث الباحثين السابقين، وتعتبر البيانات الخاصة بالبحوث السابقة فى هذه الحالة بيانات ثانوية، ولكنه يختلف فى الآتى :

- إن الهدف من التحليل البعدى أو التحليل من المستوى الثانى الوصول إلى حقائق جديدة للإجابة على التساؤلات المطروحة فى دراسة مستقلة تعتمد على تحليل الدراسات السابقة . بينما تهدف الدراسة الإستطلاعية للأدبيات السابقة تطوير مشكلات جديدة أو الاستفادة بها فى صياغة الفروض علميه أو تطوير الأساليب والأدوات المنهجية فى دراسة ترتبط بالدراسات السابقة .

- ولذلك يهتم الباحث بنتائج الدراسات السابقة بالدرجة الأولى، وبصفة خاصة المقارنة بينها أو إعادة النظر إليها فى ضوء معايير أو أوزان جديدة، أو دراسة معالم التغير أو الاختلاف فيها على مر الزمن، أو البحث عن العوامل والمقدمات التى قد تكون سببا فى الاتفاق أو الاختلاف بين النتائج أو وضع النتائج بعد الرصد والتنظيم فى أطر تصنيف للاسترشاد بها فى تطوير المعرفة العلمية، أما فى الدراسة الاستطلاعية للدراسات السابقة والمرتبطة فهى النظر إلى كل مراحل العمل في هذه الدراسات للاستفادة بها فى العمل البحثى الجديد. وتكون الاستفادة بالنتائج أحد أهدافها وليست الهدف الأساسى، لأن النتائج قامت بدورها قبل ذلك فى توجيه الباحث نحو المشكلة المختارة .
- الدراسة التى تعتمد على التحليل من المستوى الثانى لبيانات البحوث السابقة، تتبع الإجراءات المنهجية الخاصة بدراسة المشكلة العلمية بشكل عام مثل تحديد المشكلة العلمية وصياغة الفروض أو طرح التساؤلات وتحديد البيانات المستهدفة ثم تحليل هذه البيانات واستخلاص النتائج . أما فى الدراسة الاستطلاعية للدراسات السابقة والدراسات المرتبطة فإن جهد الباحث يتركز فى الإطلاع المستمر على هذه الدراسات والتسجيل الانتقائى لما يرى الباحث الاستفادة منه .
- البيانات المستهدفة فى التحليل من المستوى الثانى هى كل البحوث ذات العلاقة بمشكلة البحث والتى تسهم فى اختبار الفروض أو الإجابة على التساؤلات المطروحة . دون تحديد أى ضوابط للاختيار من بينها . فليست هناك فى هذا المجال دراسة قوية وأخرى ضعيفة، لأن المعيار هو وصول أى منها إلى نتائج يمكن الاستفادة منها . وفى هذا المجال يرى چين جلاس *G.Glass* أن الدراسات الضعيفة منهجيا غالبا ماتشمل نتائج مشابهة للأخرى الأكثر قوة، ومن خلال ربط النتائج ببعضها يتوقع الوصول إلى مستوى أكبر من الثقة، ودمج نتائج الدراسات مع بعضها تعطى مرجعاً أفضل لفهم الظاهرة، وهذا يكون أفضل من استبعاد الدراسات الضعيفة(*W.R.Borg & M.D.Gall 83:198*).

أما فى الدراسات الاستطلاعية للدراسات السابقة أو المرتبطة فإن الباحث يقوم بتحديد مدى الاستفادة من أى عنصر من عناصر هذه الدراسات، بناء على تقييم لهذه العناصر وتقييمه للبحث أيضاً .

ونفرق أيضاً فى هذا المجال بين التحليل من المستوى الثانى وبين تقييم الجهود البحثية فى مجال ما من مجالات التخصص أو فترة زمنية معينة حيث يتم رصد البحوث وإعادة تصنيفها بناء على: الدراسات/ المناهج/ أسلوب العينات/ أدوات البحث . ثم رصد تكرار الاستخدام) لكل عنصر من هذه العناصر مثل دراسات (ليلى عبد المجيد٨٦، أميرة العباسى٨٦، سيد بهنسى ٩٤ وغيرها)(١) وهى دراسات استهدفت تحليل عدد من الدراسات فى مجال من مجالات التخصص بناء على فئات العناصر المنهجية واستخداماتها ورصد تكرار هذه الفئات . وهذه الدراسات وإن كانت تمثل جهداً بحثياً فى مجال تقويم البحوث والدراسات السابقة وتقدم دليلاً ارشادياً للباحثين لما استخدم ومالم يستخدم من عناصر المنهج والأدوات البحثية، لكنها لاتمثل تراكما معرفياً وإضافة نظرية فى مجال التخصص مثلما تهدف إليه دراسات التحليل من المستوى الثانى التى تهتم بدراسة النتائج بالدرجة الأولى مثل دراسات : (محمد عرفة ٩١، وراجية قنديل ٩٨)(٢) .

وقد يكون هدف التحليل من المستوى الثانى إختبار الفروض أو الإجابة على التساؤلات التى طرحها الباحث، ويتم رصد النتائج وتفسيرها فى هذا الإطار . أو قد يكون هدف التحليل رصد المتغيرات العاملة فى الدراسات السابقة وإقامة علاقة فرضية بينها من خلال التحليل من المستوى الثانى .

---

(١) - ليلى عبد المجيد : بحوث الصحافة فى مصر من ٧١-١٩٨٥ دراسة تحليلية تقويمية، الحلقة الدراسية الأولى لمشكلات المنهج فى الدراسات الصحفية، ١٩-٢١/٤/١٩٨٦، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- أميرة محمد المرسى : الجوانب الإجرائية والمنهجية لبحوث الصحافة فى مصر - دراسة تحليلية لخطط رسائل الماجستير والدكتوراه المسجلة بكلية الإعلام، المرجع السابق .
- السيد بهنسى : البحوث الاتصالية الخاصة بالطفل من ٦٦-١٩٩٢ دراسة تحليلية تقويمية، القاهرة، جامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر، ١٩٩٤ .

(٢) - محمد عرفة : التأثير السلوكى لوسائل الإعلام - تحليل من المستوى الثانى، بحوث الإتصال، القاهرة، كلية الإعلام، العدد السادس ، ديسمبر ٩١ ، ص.ص٣٩-٧٢ .
- راجية أحمد قنديل : دراسات الطفل ووسائل الإعلام والثقافة فى التسعينات، تحليل من المستوى الثانى لنتائج الدراسات المصرية، القاهرة، الشركة المتحدة للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٨ .

وهما نوعان من أنواع التحليل من المستوي الثانى تم على أساسهما العديد من الدراسات فى هذا المجال وهما *Hypothesis- Then- Data Type* والثانى (*L.B.Becker: In G.H.Stemble,111 & Data-Then - Hypothesis Type . B.H.Westley 81 - 244 - 47*)

تصميمات البحث فى التحليل من المستوى الثانى

يتفق الخبراء على أن تصميم البحث وإجراءاته فى التحليل البعدى أو التحليل من المستوى الثانى لايختلف عن غيره من البحوث التى تعتمد على البيانات الأولية أو الثانوية المساعدة . فهى تتلخص فى خمس خطوات أساسية. هى: تحديد المشكلة العلمية/ جمع البيانات/ تقويم البيانات/ التحليل والتفسير/ عرض التقرير (*H.M.Cooper 82:241-303*) ويؤكد هاريس كوبر فى هذا الإطار على رصد كل ما يؤثر على صدق النتائج والتفسير ويرى أن مصدر غياب الصدق فى هذه الحالة يتعلق بنظام العينات سواء كانت عينات البحوث المختاره ذاتها فى حالة تعددها وزيادتها كمجتمع للدراسة، أو العينات الخاصة بكل بحث فى علاقتها بالمجتمع ومدى تمثيل العينة للمجتمع من حيث الحجم والخصائص .

ولابد أن يراعى الباحث تسجيل كل ما يثير التساؤل حول النتائج، لأنه قد توجد العديد من الدراسات التى توصلت إلى نتائج مختلفة لنفس الفروض، ولذلك يجب أن يسجل الباحث تقييمه النقدى لهذه الحالات . ومالم يراعى ذلك فإن التفسير سيكون منقوصا مالم يكن هناك تفسير كاف للتباين بين النتائج فى هذه الحالات .

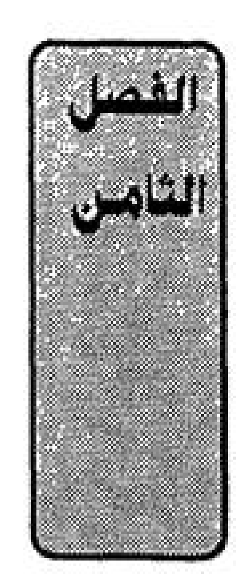
وسواء كانت الدراسة تهدف إلى تحليل الاتجاهات *Trend Analysis* أو تحليل العصبة (المجموعات والجماعات وخصائصها) *Cohort Analysis* فإن عامل الوقت يعتبر متغيراً مستقلاً فى هذه الدراسات يوضع فى الاعتبار عند تصميم التحليل من المستوى الثانى الذى يهتم بتحليل الاتجاهات أو خصائص الجماعات والمجموعات (*L.B.Becker 247-252*) .

وفى الدراسات الإحصائية فإن الباحث فى التحليل البعدى أو التحليل من المستوى الثانى يجب أن يضع فى إعتباره فى العمل المنهجى تسجيل ومراجعة كافة

العوامل الخاصة بالكشف عن مدى ارتباط نتائج البحوث ببعضها من حيث نظام العينات وقاعدة البيانات واختيار المجموعات فى البحوث التجريبية وشبه التجريبية والمعاملات الإحصائية التى تؤثر فى النتائج النهائية وتحمل مؤشرا لارتباط النتائج ببعضها مثل المتوسطات والانحرافات، ومعاملات الارتباط فى الدراسات الارتباطية واختلافها أو اتفاق المقاييس المستخدمة. وكل ما يمكن أن يقدم تفسيرا لاتفاق النتائج أو اختلافها حتى يمكن بناء التعميمات على أسس ثابتة وموثوق فيها .

ونشير إلى أن نجاح التحليل من المستوى الثانى فى استقراء نتائج الدراسات السابقة وإجراء المقارنة والوصول إلى نتائج جديدة تثرى العلم والمعرفة المتخصصة، يتوقف هذا النجاح على تخصص الباحث وعمق دراسته لمجال التخصص الذى ييسر له اختيار مجالات التحليل ومادته من التراث العلمى بسهولة ويسر . ويوفر بالتالى الوقت والجهد اللازم للرجوع إلى المئات من البحوث فى التخصص العام لتحديد ارتباط البحوث بدراسته أم لا. ويوفر تخصص الباحث وعمق تحقيق الصدق المنهجى فى اختيار مادة التحليل وإجراءاته والثقة فى نتائج التحليل بالتالى . وينعكس هذا على الاستزادة العلمية وتحقيق التراكم العلمى فى الإطار النظرى لمجال التخصص .

ويحقق نجاح الباحث فى التحليل البعدى أو التحليل من المستوى الثانى استعادة للمعرفة العلمية فى الماضى وربطها بالتطورات المعاصرة فى نفس المجال، وهذا يحقق قيمة علمية مضافة . وحتى تتحقق هذه القيمة العلمية المضافة فإن الباحث يجب أن يكون حذرا في التعامل مع بعض الدراسات المنقوصة من ناحية المنهج والأدوات وقاعدة البيانات التى تؤثر فى النتائج بالتالى، ولذلك فإن الباحث يجب أن يقوم بنقد هذه الدراسات من الجوانب المنهجية ووضع هذا النقد فى الاعتبار عند تفسير النتائج النهائية للتحليل الذى اعتمد على بعض من هذه البحوث .



وصف العلاقات السببية واختبارها

على الجانب الآخر نجد أن أهداف البحث العلمى لظاهرة ما لاتقنع بحدود الوصف المجرد للظاهرة وعناصرها من خلال مناهج المسح أو دراسة الحالة أو تحليل النظم ومحتوى الإعلام، ولكنها تهدف إلى تشخيص المشكلات المرتبطة بالظاهرة، وصياغة حلول لهذه المشكلات من خلال نتائج البحث فى العلاقات التى ترسم حركة الظاهرة وتؤثر فيها . وكذلك حركة عناصرها أيضًا والاستدلال عن الأسباب أو المقدمات الخاصة بحدوث الظاهرة أو المشكلات العلمية .. والإجابة بالتالى عن السؤال لماذا ..؟ وهو مايعنى تجاوز حدود الوصف المجرد للظاهرة فى واقعها الراهن إلى البحث فى العلاقات السببية ووصف هذه العلاقات لتكون مرشداً للتفسير والاستدلال الصادق للظاهرة وأسباب حدوثها .

بل إن البحث العلمى فى إطار دراسة العلاقات السببية ومحاولة تأكيد العلاقات بين المقدمات والنتائج فإنه يتجاوز ذلك إلى التجريب المعملى لضبط التأثيرات وحركتها لإطلاق الأحكام والتعميمات الصادقة والدقيقة حول هذه العلاقات .

ولذلك فإن الباحث بهدف الوصول إلى التعميمات الصادقة والدقيقة والضبط المحكم للعلاقات السببية، فإنه يقوم بتوظيف أى من المناهج التى تنتمى إلى الدراسات الوصفية التشخيصية أو التجريب المعملى، أو يحاول جاهداً الاستفادة من أساليب الضبط المعملى فى الدراسات الوصفية التشخيصية فى المناهج شبه

التجريبية، وهو ما يستعين به الباحث من خلال المقارنة المنهجية فى دراسة السببية المقارنة، أو دراسة العلاقات الارتباطية أو التجريب بمستوياته المختلفة .

منهج الدراسات السببية المقارنة

يعتبر منهج السببية المقارنة *Causual Comparative Method* نموذجًا للبحث فى العلل والأسباب الكامنة وراء حدوث الظاهرة من خلال دراستها فى واقعها الراهن، وحيث يصعب التجريب المعملى أو ضبط المتغيرات والتحكم فيها .ويعكس من خلال المسمى-المقارنة السببية، أو المقارنة العلّية - الأساليب التى تتم للبحث فى الأسباب من خلال المقارنة ، والإجابة على السؤال لماذا..؟ فى دراسة الظاهرة الإعلامية .

فهذا المنهج وتصميماته المتعددة يهدف إلى البحث وراء الأسباب الكامنة لحدوث الظاهرة، من خلال مقارنة الجماعات أو المجموعات أو العينات التى تتباين فى خصائصها أو سماتها أو تكرار دراستها فى تعرضها لمثير معين . وبالتالى يقدم التباين فى الخصائص والسمات تفسيراً للتباين فى الاستجابة لمثير واحد . وبالتالى يعتبر هذا المنهج أحد مناهج الدراسات الوصفية، التى تتجاوز حدود الوصف المجرد والإجابة على الأسئلة من...؟ وماذا...؟ وكيف...؟ إلى الإجابة على السؤال لماذا...؟ والاستدلال عن الأسباب الكامنة وراء حدوث الظاهرة فى واقعها الراهن .

ولا يسعى هذا المنهج إلى اختلاق الأسباب، ولكن الكشف عنها والاستدلال على حركتها من خلال غيابها أو وجودها فى الظاهرة وتأثيرات هذا الغياب أو الوجود فى حدود الظاهرة التى نهدف إلى دراستها .

ويهدف إلى بحث أو دراسة حالات قائمة فعلاً، وأسباب مسئولة عن وجود النتائج كما حدثت مسبقًا ، وكما هى قائمة فى الواقع الراهن . دون تدخل الباحث فى وجود الأسباب أو غيابها .

ويدرس الباحث فقط أشكال الاستجابات إلى مثير واحد، ويعزى فى التفسير والاستدلال تباين الاستجابات إلى أسباب معينة يحددها فى الظاهرة بعد جمع البيانات عن الاختلافات أو التباينات السابقة .

ولذلك يعتبر هذا المنهج من الدراسات اللاحقه أو البعدية *ex post factor* التى تفسر النتائج فى ضوء ماحدث مسبقًا أي من خلال استرجاع الوقائع والأحداث التى حدثت فى الماضى وليس مايحدث بعد بتأثير التدخل الذاتى أو الإجراءات العمدية المتعددة فـى المعمل أو البيئة الدراسية (*W.R.Borg & M.D. Gall 83 : 533*) فالباحث يبدأ فى رصد النتائج من خلال البيانات، ثم يقوم بعد ذلك فى البحث عن الأسباب المحتملة التى أدت إلى هذه النتيجة، كما حدثت من قبل. أو كما تواجدت فى الواقع الراهن، وكانت سببًا فى حدوث النتائج كما يفسرها الباحث.

ولعل المثال البسيط على ذلك هو الاستدلال عن تباين المعرفة بالأحداث العالمية بين مجموعتين بسبب عدم اشتراك إحداها فى القنوات الفضائية واشتراك الأخرى . والسبب حدث فعلاً من قبل، واستعان به الباحث فى تفسير النتائج الخاصة بتباين المعرفة بالأحداث العالمية، مع إجراءات أخرى يقوم بها الباحث لتأكيد الصدق المنهجى ومحاولة ضبط المتغيرات الأخرى فى الواقع الراهن، كما يظهر واضحًا فى التصميمات المنهجية المتعددة لهذا المنهج .

التصميمات المنهجية للسببية المقارنة

بالإضافة إلى الخطوات المنهجية العامة للبحث العلمى، فإن أهم مايميز هذا المنهج من خطوات هو الآتى :

أولاً : اختيار جماعة البحث وهى الجماعة أو العينة التى تمثل مجتمع الظاهرة، فحيث يكون الهدف هو دراسة الفروق الناتجة عن مشاهدة التليفزيون، فإن جماعة البحث تكون ممن لايشاهدون التليفزيون . ثم دراسة خصائصها وأنماط سلوكها من خلال مناهج وأدوات جمع المعلومات .

ثانيًا : اختيار الجماعة أو الجماعات المقارنة، وهى الجماعة أو العينة التى تجتمع لها نفس خصائص وأنماط سلوك جماعة البحث،وتختلف معها فى خصائص المتغير المستقل.الذى يقوم بناء الفرض على أساس علاقاته بالخصائص الأخرى .

ثالثًا : اختيار التصميم المنهجى المناسب . .

ثم تأتى بعد ذلك الخطوات الخاصة بتصميم أدوات جمع البيانات ثم جمعها، وتبويبها وتصنيفها وتحليلها، وتفسير النتائج على أساس الفروض العلمية والتصميم

المنهجى المختار . ويمكن الاسترشاد بالقواعد التى وضعها چون ستيوارت ميل للبحث فى العلاقات السببية سواء من خلال التجريب أو غيره من المناهج العلمية المختلفة . وهى نفسها التى يسترشد بها الباحث فى صياغته أيضًا للفروض العلمية التى تبحث فى هذه العلاقات . وهذه القواعد وإن كانت لاتصلح فى جميع الحالات إلا أنه يمكن الاسترشاد بها فى صياغة التصميم المنهجى المناسب . ومن خلالها يمكن أن نحدد التصميمات المنهجية فى البحث عن العلاقات السببية المقارنة كالآتى :

١- طريقة الاتفاق

وتعنى أن تكرار وجود متغير ما فى أكثر من جماعة تحدث فيها الظاهرة محل الدراسة يجعلنا نفسر سبب حدوث هذه الظاهرة بوجود المتغير المشترك .

والمثال على ذلك هو اختبارات جماعة من الأطفال متباينة السمات، وتتصف بالسلوك العدوانى مع زملائهم . فإذا مالاحظنا تعرضهم للتليفزيون بنفس خصائص المشاهدة (الوقت الذى يقضيه فى المشاهدة/ المحتوى البرامج) فإنه يمكن أن نعزى السلوك العدوانى المشترك إلى خصائص المشاهدة التليفزيونية .

- جماعة ١ انخفاض الدخل ($م_١$) ($ت_١$) العزوف عن قراءة الصحف
- جماعة ٢ انخفاض الدخل ($م_١$) ($ت_١$) العزوف عن قراءة الصحف
- جماعة ٣ انخفاض الدخل ($م_١$) ($ت_١$) العزوف عن قراءة الصحف

ويحسم بناء العلاقة السببية فى هذه الحالة الاختلاف فى الخصائص الأخرى، كالتعليم، أو المرحلة العمرية على سبيل المثال مع الاتفاق فى المرحلة العمرية، بحيث يمكن أن نقرر أن العزوف عن قراءة الصحف يعود إلى انخفاض مستوى الدخل .

٢- طريقة الاختلاف

وهذه الطريقة عكس الطريقة السابقة فإذا ما اتفقت الجماعات فى كل المتغيرات واختلفت فى متغير واحد. فإن الاختلاف فى هذا المتغير يمكن أن يفسر سبب حدوث الظاهرة . أى أن غياب المتغير فى أحد الجماعات هو السبب فى حدوث الظاهرة .

- جماعة ١ $م_١$ ارتفاع مستوى التعليم $ت_١$ قراءة الصحف
- جماعة ٢ $م_١$ غائب (انتشار الأمية) $ت_٢$ عدم قراءة الصحف

وفى هذه الحالة يمكن تفسير عدم قراءة الصحف باعتبارها نتيجة لانتشار الأمية فى الجماعة .

وهذان التصميمان يكملان بعضهما البعض البعض بحيث يمكن أن يطبقهما الباحث معاً كتصميم مشترك يبحث بداية فى عناصر الاتفاق ثم عناصر الاختلاف لتقرير العلاقة السببية، وعادة مايقوم الباحث بذلك منهجياً عندما يكشف عن عناصر الاتفاق لأغراض الضبط أو العزل، أو العكس وهو التصميم السائد فى دراسات السببية المقارنة ويتفق تماماً مع الدراسات الإعلامية وطبيعتها التى تتسم بتعدد المتغيرات وتداخلها. وفى البحث عن أى من المتغيرات، فإنه يبحث أيضاً فى المتغيرات العكسية فى نفس الوقت،وهذا هو **التصميم المشترك للإتفاق والإختلاف.**

٣- طريقة التلازم فى التغيير (التباين المشترك)

وهذا التصميم يعتمد على القياس الكمى للعلاقة السببية، وملاحظة التغير فى المتغير المستقل وكذلك التغير فى النتائج أو المتغير التابع . من خلال تطور التغيير أو العلاقة الارتباطية بينهما . بحيث يمكن تفسير العلاقة السببية على أساس وجود هذا الارتباط أو غيابه .

- الجماعة (١)	م +	ت١
- الجماعة (٢)	م ++	ت٢
- الجماعة (٣)	م +++	ت٣

مثل تفسير التباين فى اكتساب المعرفة بسبب التباين فى كثافة المشاهدة التليفزيونية .

- الجماعة (١)	- ١ ساعة	كسب معرفى +
- الجماعة (٢)	- ٢ ساعة	كسب معرفى ++
- الجماعة (٣)	- ٣ ساعة	كسب معرفى +++

أو ملاحظة التغير فى النتائج على مدى فترات زمنية بتأثير التغير فى المثير فى هذه الفترات لنفس الجماعة الواحدة .

- الجماعة (س)	- ١ ساعة	كسب معرفى +
- الجماعة (س)	- ٢ ساعة	كسب معرفى ++
- الجماعة (س)	- ٣ ساعة	كسب معرفى +++

ومما يجدر ملاحظته فى تطبيق التصميم المنهجى المناسب هو زيادة جهد الباحث ودقته، فى الكشف عن المتغيرات الأصلية والمتغيرات الدخيلة أو الزائفة، وكذلك

قدرته على عزل المتغيرات الأخرى وضبطها، لمزيد من الدقة والموضوعية فى تقرير العلاقات السببية . لأن من أبرز العناصر فى نقد هذا المنهج هو التشكيك فى صحة اختيار المتغيرات السببية . حيث يطرح التساؤل دائمًا عن تأثيرات المتغيرات الأخرى الدخيله أو الكامنة، أو تأثير عامل الصدفة . مما يجدر بالباحث أن يكون دقيقًا فى الاختيار وتجاوز عامل الصدفة بدراسة وملاحظة الظروف التى يتم خلالها البحث، حتى يمكن بناء التفسيرات السليمة للعلاقات السببية .

المســح الاستــدلالــى
ووصف العلاقات السببية

لعل من أقرب التطبيقات لمنهج السببية المقارنة فى الدراسات الإعلامية هى الكشف عن أسباب السلوك الاتصالى لجمهور المتلقين مع وسائل الإعلام، أو اتجاهاتهم من محتواها أو القائم بالاتصال فيها . فمن الناحية التطبيقية للمنهج نجده يبحث بالدرجة الأولى فى الكشف عن السلوك الإنسانى والظاهرات المرتبطة به والخروج بالتفسيرات المحتملة لأسباب هذا السلوك من خلال المقارنة بين المتغيرات وخصائصها للجماعات المختارة . ولذلك فإن مسح جمهور المتلقين وتصميماته يعتبر مجالا تطبيقيًا نموذجيًا لمنهج السببية المقارنة فى الدراسات الإعلامية .

وقد سبق أن أوضحنا أنه يتم تصنيف التصميمات المنهجية لمسح جمهور المتلقين إلى نوعين أساسيين هما **المسح الوصفى** الذى يهتم بجمع البيانات وتحليلها بهدف الوصف والقياس الدقيق لمتغير أو أكثر وصياغة النتائج فى أطر مستقلة ترتبط بهذه المتغيرات، **والمسح الاستدلالى أو التفسيرى أو التحليلى** *Inferential, analytical survey* الذى يشرح ويفسر لماذا تستمر حالة أو ظاهرة ما، ويستخدم عادة لاختبار العلاقة بين المتغيرات ورسم الاستدلالات التفسيرية. ويعتمد بالدرجة الأولى على الإجراءات المنهجية لأى من التصميمات المنهجية الخاصة بالسببية المقارنة من حيث اختيار العينات المقارنة والمتغيرات وطرق جمع البيانات وتحليلها ووصف النتائج وتفسيرها. ولذلك فإن التصميمات المنهجية التى صاغها خبراء الدراسات الإعلامية والاجتماعية للمسوح التحليلية(*H.L.Kidder81:61-66* & *K.R.Tuker81:193-209*) تقترب فى بنائها من التصميمات المنهجية السابق ذكرها للسببية المقارنة، حيث تعتمد على طرق الاتفاق والاختلاف والتلازم فى التغيير

وذلك خلال المقارنة بين الجماعات وإن اتخذت مسميات أخرى، تعكس أسلوب اختيار الجماعات وإجراء المقارنات لبناء العلاقات السببية للظاهرة الإعلامية الخاصة بجمهور المتلقين .

ومن تصميمات المسوح الاستدلالية ما يلي :

اختبارات الجماعات أو العينات المقارنة *Contrasting Samples/ Static Comparison design* . وتقترب فكرة هذه التصميم من التصميمات الخاصة بطرق الاتفاق أو الاختلاف . حيث تعتمد على المقارنة بين جماعتين متباينتين فى متغير أو أكثر، بحيث يبقى فى النهاية المتغير الخاص بالاتفاق، أو الإختلاف . والمقارنة بين الأنماط السلوكية للجماعتين، وتفسير التباين فى هذه الأنماط فى إطار علاقته بالتباين فى المتغيرات .

ومن الأمثلة الشائعة على ذلك الدراسات التى تجرى على قراء وغير قراء الصحف، أو مالكى وغير مالكى الأجهزة التليفزيونية، أو اختيار عينات متباينة فى متغير من متغيرات السمات الأولية أو الاجتماعية فى علاقتها بالتغير فى السلوك . وتصلح لأن تكون سبباً لهذا التغير .

-الاختبارات التتبعية للعينات *Successive Cross Sections*

وتستهدف هذه الاختبارات دراسة التغير الذى يطرأ على متغيرات معينة فى فترات معينة من الزمن بتأثير بعض المثيرات الخارجية التى لايتدخل الباحث فى وجودها . وهناك نوعان شائعان من هذه الاختبارات هما: الاختبارات القبلية البعدية وتطبيقاتها فى الحملات الإعلامية أو الإعلانية وكذلك دراسة التغير فى الآراء والاتجاهات فى علاقتها بالمثير الذى يحدث أو يتغير خلال السياق الزمنى .

وتجرى الاختبارات فى وجود مثير خارجى يفترض مسبقًا أنه سوف يحدث تغييرا فعليا فى بعض المتغيرات مثل المعرفة أو السلوك الأدائى أو المهارى . وبالتالى تختلف عن المسوح الدورية أو المتكررة - أحد تصميمات المسوح الوصفية - فى أن الأخيرة لاتفترض وجود تغير ناتج عن وجود مثير خارجى لإجراء القياس، ولكنها تهدف إلى وصف التغير عبر السياق الزمنى دون حاجة إلى مثير خارجى .

-التحليل المتعدد للمتغيرات

يتم تطبيق هذا التصميم المنهجى فى حالة وجود أكثر من متغير يحتمل أن

يكون ذا فاعلية أو تأثير فى حدوث الظاهرة، ويهدف الباحث إلى الكشف عن العلاقة السببية الصحيحة والزائفة من خلال المقارنة بين نتائج عدد من الاختبارات لعلاقات سببية فرضية متعددة .

ويعتمد هذا المنهج بداية على نفس المهارات فى جمع وتسجيل البيانات الخاصة بالمتغيرات المستقلة والتابعة المتعددة ثم إجراء المقارنات بين الاختبارات ونتائجها التى تتم نظريا كالآتى :

- إفتراض العلاقة بين المتغيرات المتعددة محل الدراسة (متغيرات مستقلة × متغير تابع واحد أو متغيرات مستقلة × متغيرات تابعة متعددة) .
- الكشف عن السياق الزمنى لهذه العلاقة أو الارتباط .
- اختبار العلاقات الزائفة التى تظهر ضمن نتائج المسح .
- تحديد العوامل السببية الأخرى واختبارها .
- تحقيق العلاقة السببية .

وهذه الإجراءات النظرية تفرض على الباحث أن يجرى عدداً من المقارنات الثنائية تتفق وعدد المعالجات التى يريد أن ينتهى الباحث إلى صحتها أو زيفها . وهذا يتوقف على عدد المتغيرات المستقلة فى هذه الحالة . فإذا كان هناك ثلاثة متغيرات مستقلة ومتغير تابع واحد (الحالة الزواجية/ مستوى التعليم/ العمر × كثافة المشاهدة على سبيل المثال) . فإن على الباحث أن يجرى مقارنة بين الجماعات لثلاثة معالجات أى أن عملية التحليل تزيد كلما ازدادت عدد المعالجات، بزيادة عدد المتغيرات للفصل بين العلاقات الصحيحة والزائفة والخروج بتفسيرات حول العلاقة السببية .

وهذا يعتبر جهداً كبيراً على الباحث . مالم يستخدم الاختبار الإحصائى المناسب للفروق بين هذه المتوسطات جميعها وفى وقت واحد . وهو أحد الاختبارات الإحصائية المركبه للفروق بين المتوسطات مثل تحليل التباين بين المجموعات *Analysis of Variance*(*anova*) أو المقارنات المتعددة بين المتوسطات أو تحليل التغاير *Analysis of Covariance*(*ancova*) أو التحليل العاملى *Factor Analysis* وغيرها التى تتفق مع أهداف الدراسة وتعدد المتغيرات المستقلة والتابعة .

وتقترب التصميمات المنهجية للمسوح الاستدلالية أو التحليلية من الدراسات

شبه التجريبية أو دون التجريبية التى تجرى لنفس الأهداف المنهجية الخاصة بمنهج المسح والتى لاتصل إلى حدود الضبط المنهجى الذى يميز البحوث التجريبية وشبه التجريبية .

ويحتاج المسح الاستدلالى أو التحليلى إلى مستويات كبيرة من إجراءات الصدق الداخلى حتى تحد من تأثير التحيز الناتج عن أسلوب العينات، أو التحريف فى بعض البيانات التى تؤثر فى النتائج .

خصائص منهج السببية المقارنة

تتجاوز الدراسات الوصفية فى بعض مناهجها حدود الوصف المجرد، إلى الاستدلال عن أسباب وجود الظاهرة وطريقة عملها وبناء العلاقات بين عناصرها كما تحدث فى الواقع الراهن . ويقدم منهج السببية المقارنة إسهاما فى الإجابة على الأسئلة كيف ...؟ ولماذا...؟ وذلك من خلال دراسة جوانب التشابه والاختلاف بين الظاهرات وبعضها .

ويتميز المنهج بالخصائص التالية :

١- يوفر المنهج الأسلوب المناسب لدراسة العلاقات السببية فى البيئة الطبيعية، حيث يصعب إخضاع المفردات أو ضبط المتغيرات فى البيئة المعملية . ويشكل تطبيق هذا المنهج نسبة كبيرة فى دراسة العلاقات السببية فى الظاهرات الإعلامية الخاصة بجمهور المتلقين الذى يتسم بالضخامة والانتشار ويصعب تطبيق التجريب المعملى مع هذه السمات . ولذلك يعتبر منهج السببية المقارنة بديلا فى هذه الحالات .

٢- وفى حالات أخرى يصعب تطبيق التجريب المعملى لأسباب انسانية وأخلاقية، مثل تعريض الأطفال لمواد العنف لدراسة الأثر، أو محاولة تشكيل المعرفة الإنسانية بشكل عمدي من خلال التجريب، أو تغيير الاتجاهات نحو بعض التقاليد أو المعتقدات فى البيئة المعملية . فى هذه الحالة يعتبر منهج السببية المقارنة بديلا حيث يتم الدراسة والقياس فى حالات التعرض الاختيارى فى الظروف الطبيعية .

٣- ساهم التطور فى استخدام الطرق والأساليب الإحصائية فى انتشار استخدام هذا المنهج حيث يعتمد في كثير من تفسيراته على المقارنة بين المتوسطات

والفروق الإحصائية بين نتائج حركة المتغيرات التى تحسم التفسير للباحث فى وجود العلاقة السببية أو غيابها .

٤- يحتاج إلى مزيد من البحث والتقصى لاختيار المتغيرات العاملة وعزل المتغيرات الأخرى ليمكن التأكيد على مصداقية العلاقة السببية بين المتغيرات العاملة . حيث أنه يؤخذ على التطبيق عدم إمكانية حسم العلاقة بمتغير واحد خصوصاً فى التصميمات المنهجية الخاصة بالإتفاق أو الاختلاف أو المشتركة التى تعتمد على بناء العلاقة مع متغير واحد يفسر وجوده أو غيابه العلاقة السببية فى الظاهرة محل الدراسة .

٥- يحتاج أيضاً إلى جهد كبير من الباحث لبناء الجماعات المقارنة، التى تجتمع لها التشابه فى متغيرات كثيرة عدا المتغير موضع الدراسة. وتجاوز هذه الصعوبة يحتاج إلى مزيد من الجهد والنفقات لقياس العديد من المتغيرات مع عدد كبير من المفردات للوصول إلى الجماعات المقارنة المتماثلة التى تسمح بالتجريب فى الظروف الطبيعية .

٦- يجب أن يضع الباحث فى اعتباره صعوبة تحديد السبب والنتيجة فى العلاقات السببية فى بعض الظاهرات مثل العلاقة السببية بين اكتساب المعرفة وكثافة المشاهدة . حيث يتحركان معاً بحيث يصعب على الباحث التقرير بأن كثافة المشاهدة هى السبب فى الوقت الذى يمكن أن تفسر اكتساب المعرفة كدافع لزيادة المشاهدة أو التعرض للوسائل الإعلامية ومحتواها . وهذه أيضاً تحتاج إلى جهد كبير فى صياغة التفسيرات المرتبطة بهذه النتائج .

٧- بينما تعتمد المناهج الوصفية الأخرى على طرق وأساليب الإحصاء الوصفى، لارتباطها بطبيعة الأهداف والمقاييس المستخدمة لتحقيق هذه الأهداف. فإن منهج السببية المقارنة يتطلب توظيف طرق وأساليب الإحصاء الاستدلالى لتقرير وجود أو غياب العلاقة بين المتغيرات ودلالة الفروق بين نتائج احصاء حركة هذه المتغيرات، لبناء النتائج الإحصائية التى تعتبر أساساً للتفسير . ولذلك فإن منهج السببية المقارنة يعتمد بالدرجة الأولى على العلاقات الكمية التى يمكن من خلالها الاستدلال على وجود العلاقة أو غيابها وتفسير النتائج على هذا الأساس .

الدراسات الارتباطية

فرض التطور فى اتجاهات البحث فى السنوات الأخيرة، الاهتمام بدراسة الأثر فى مجالات عديدة، من خلال الأساليب الإحصائية، وكما يعتبر البحث من خلال الدراسات السببيه المقارنة مدخلاً للكشف عن العلاقات السببية، وبالتالي تفسير الأثر فى إطار هذه العلاقات . يعتبر أيضاً البحث من خلال الكشف عن العلاقة الارتباطية بين المتغيرات إطار لتفسير الأثر أيضاً .

فالكشف عن العلاقة الارتباطية بين مستويات توزيع الصحف، ومستويات الدخول يمكن أن يفسر تأثير ارتفاع مستوى الدخول أو انخفاضها على توزيع الصحف، أو دراسة العلاقة بين مستويات ذكاء الأطفال والوقت الذى يقضيه الطفل أمام التليفزيون . وكذلك العلاقة بين كثافة المشاهدة وارتفاع أسعار الإعلان فى التليفزيون...وغيرها من الأمثلة التى تقدم شكلاً عن علاقة بين متغيرين أو أكثر . كما قدمت بحوث الأجندة- ترتيب الأولويات *Agenda Setting* تطبيقاً منهجياً لهذه الدراسات وتقدير العلاقات بين أجندة القراء وأجندة الصحف أو وسائل الإعلام ومدى ارتباط المتغيرات الخاصة بالتفضيل والاهتمام فى بناء أجندة كل منهما .

ولذلك نجد أن الحاجة إلى التطبيقات المنهجية لدراسة العلاقات الارتباطية بين متغيرين أو أكثر فى الدراسات الإعلامية بدأت تزداد بتطور هذه الدراسات وأهدافها.

ويعتبر المنهج الارتباطى *Correlation Method* هو الطريق الذى يكشف عن العلاقة الإرتباطية بين هذه المتغيرات، ويعرف بأنه المنهج الذى يهدف إلى تقرير العلاقة بين متغيرين أو أكثر وتحديد قدر هذه العلاقة واتجاهها .

ويهتم بالإجابة على السؤال الرئيسى : هل توجد علاقة ارتباطية ذات مغزى أو دلالة بين المتغيرات محل الدراسة أم لا...؟

وللإجابة على هذا السؤال فإن الخطوات الأساسية لهذا المنهج تتركز فى الآتى:

١- جمع البيانات الخاصة بكل متغير من المتغيرات .

٢- عرض هذه البيانات فى صورة تعكس حركة المتغيرات (قيم متغيرة/ معدل التغير/ الترتيب) .

٣- تقدير قيمة الارتباط بين المتغيرات واتجاهه إيجابًا أو سلبًا بما يعكس العلاقة الطردية أو العكسية (إحصائيًا) .

٤- تقرير دلالة الارتباط والمغزى (جدوليًا) .

وبعد تقرير الدلالة يبدأ الباحث فى التفسير الخاص بالعلاقة الارتباطية، ووجود المغزى أو غيابه، وهو مايعنى أن العلاقة الارتباطية ليست زائفة . وأن حركة المتغيرين تعود إلى هذه العلاقة .

وبالإضافة إلى تفسير العلاقة الإرتباطية فإن النتائج تتيح الفرصة للتنبؤ باتجاهات حركة المتغير التابع فى إطار العلاقة الارتباطية العالية . فيمكن فى هذه الأحوال تقدير توزيع الصحف بعد فترة زمنية فى علاقته الارتباطية العالية بارتفاع مستوى التعليم أو ارتفاع مستوى الدخول بعد هذه الفترة .

ولذلك تعتبر الدراسات الارتباطية مدخلا إلى الدراسات التنبؤية وإن كانت تختلف عنها فى بعض الوجوه كما سيأتى تفصيلا فيما بعد .

خصائص الدراسات الارتباطية

١- يقف حدود منهج الدراسات الارتباطية عند تقرير العلاقة ومدى الارتباط، لكنه لايسهم فى تقرير العلاقة السببية وتحديدها تحديد قاطعًا . ذلك أن الارتباط لايعنى أن حركة المتغير س هى السبب فى حركة المتغير ص . أو أن ذلك نتيجة تأثير المتغير س . لأن العلاقة الارتباطية قد تكون بتأثير متغير ثالث يؤثر فى الأثنان معًا . فالعلاقة الارتباطية بين مستوى التعليم وتوزيع الصحف . لاتعنى أن ارتفاع مستوى التعليم هو السبب فى توزيع الصحف . ولكن ارتفاع مستوى الدخول قد يكون سببًا فى ارتفاع الاثنين معًا .

وذلك لايقلل من قيمة الدراسات الارتباطية، لأنها توفر للباحث أساسيات للتجريب أو تطبيق السببية المقارنة . وبصفة خاصة فى حالات ضبط المتغيرات أو عزلها .

٢- إن تطبيق هذا المنهج والاعتماد عليه يحتاج إلى جهد علمى من الباحث لتقرير صحة العلاقة الارتباطية - بعد الوصول إليها إحصائيًا وجدوليًا - لأن هذه العلاقة قد تكون علاقة زائفة، ولاتعبر عن ارتباط حقيقى . ولذلك لايكفى تقرير العلاقة الارتباطية أو الدلالة الإحصائية دون محاولة التقرير العلمى والمنطقى

لصحة العلاقة وصحة الدلالة. وهذا يحتاج جهداً فكريا منظمًا من الباحث لتقرير هذه النتائج. ولعلنا لانغفل أنه فى بحوث الأجندة ورغم الوصول إلى تقرير العلاقة الارتباطية بين تفضيل وسائل الإعلام وجمهور المتلقين، إلا أنه مازال البحث جارياً حول السؤال الخاص باحتمالات تأثير أجندة الجمهور على أجندة وسائل الإعلام وليس العكس كما تقرر النظرية الخاصة بترتيب أجندة الجمهور ووسائل الإعلام .

٣- إن تقرير العلاقة الارتباطية يعود بالدرجة الأولى إلى الإجراءات الخاصة بجمع البيانات واستخدام الأدوات المنهجية لتقرير علاقات كمية باستخدام طرق وأساليب إحصائية . وليس هناك مايضمن صدق الإجراءات والأدوات وثباتها ، أو مصداقية المبحوثين بشكل كبير ، حتى يمكن تأكيد صحة العلاقة الارتباطية والاعتماد عليها فى صياغة القرار . لأن النتائج فى تطبيق المنهج الارتباطى تميل إلى أن تكون احتمالية . فهى علاقات إحصائية لأرقام قد لاتعكس خصائص أو أنماط سلوكية حقيقية . نتيجة تأثير خصائص الاستقصاء أو المقابلة على هذه الأرقام التى يتم حساب المعاملات الارتباطية على أساسها .

٤- يشير معامل الارتباط إلى قوة العلاقة أو ضعفها بصرف النظر عن مستوى الدلالة، فالمعامل المنخفض يشير إلى ضعف العلاقة والعكس صحيح . بينما يحدد مستوى الدلالة أو المغزى احتمالية صحة العلاقة مهما كانت درجة قوتها أو ضعفها .

تفسير العلاقة الارتباطية

يسود الاعتقاد بين الباحثين على أن معامل الارتباط يعكس الدرجة التى يرتبط بها المتغيران قوة أو ضعفًا ، فمعامل الارتباط يعنى أن درجة الارتباط ٥٠٪ وهذا اعتقاد شائع . بينما الصحيح أن يتم تفسير معامل الإرتباط فى ضوء التباين المشترك بين المتغيرين والذى يتم حسابه بتربيع معامل الارتباط والذى يطلق عليه معامل التحديد *Coefficien Determination* الذى يشير إلى قدر التباين المشترك بين المتغيرين(على ماهر٩٨:٢١٩-٢٢٢)ويشير ذلك إلى مدى مساهمة أى من المتغيرين فى تفسير التغيرات فى الآخر. ويتم تقدير قيمة معامل التحديد(التباين المشترك) بتربيع معامل الارتباط . فإذا كان معامل الارتباط ٧. ٠ فإن قيمة التباين المشترك ٤٩. ٠ وهذا معناه أن أحد المتغيرين يفسر التباين على المتغير الآخر بهذا القدر .

وبالإضافة إلى ذلك فإن تفسير معامل الارتباط يعتمد على الغرض من استخدامه، وفي إطار الدلالة الإحصائية . فليس الهدف هو قياس قوة الارتباط أو ضعفه بقدر ما يكون الهدف هو الكشف عن صحة الارتباط أو رجوعه إلى عامل الصدفة والتأثيرات الخارجية . فقد يرتفع معامل الارتباط لكنه لايكون دالاً عند درجات الحرية المحدودة بنفس درجة الثقة (أي صغر حجم العينة) . ولكنه ينخفض ويكون دالا عند درجات الحرية الأكبر (كبر حجم العينة) عند نفس درجة الثقة .

وبالتالي يمكن أن نقرر أنه كلما كبر حجم العينة بحيث تمثل المجتمع أكثر، كلما زادت الثقة في أن معامل الارتباط المحسوب للعينة يمثل القيمة الحقيقية لهذا المعامل في المجتمع الأصل .

أوجه الاتفاق والاختلاف بين السببية المقارنة والمنهج الارتباطي

يتفق كلا من منهج السببية المقارنة والمنهج الارتباطي في أنهما يبحثان في العلاقة بين المتغيرات التي قد تعكس الفاعلية أو التأثير أو السببية في حدوث الظاهرة محل الدراسة .

كما يتفقان في أنهما يدرسان الظاهرة في واقعها الراهن، وفي ظروفها الطبيعية دون تدخل من الباحث في حركة الظاهرة أو بناء العلاقات بين عناصرها، أو مع الظاهرات الاجتماعية الأخرى، ويضع الباحث تفسيراته على أساس معطيات هذا الواقع من بيانات ومعلومات يتم جمعها وتسجيلها وتبويبها بنفس الأساليب والأدوات التي تعتمد على مناهج جمع البيانات في الدراسات الوصفية مثل المسح في دراسة العينات الكبيرة أو أساليب الملاحظة والمقابلة في العينات محدودة العدد أو الجماعات المركزة . ولذلك فإنهما يتفقان في كل الضوابط والمعايير الخاصة بالتعامل مع العينات والمفردات البشرية، وتوظيف إجراءات الثبات والصدق بدقة كبيرة لأنهما لايصلا إلي مستوى الضبط في الدراسات التجريبية المعملية .

ولكنهما يختلفان عن بعضهما في الآتي :

- يقف حدود تطبيق منهج الدراسات الارتباطية عند حدود الكشف عن وجود العلاقة الارتباطية أو غيابها ودلالة هذا الارتباط ومغزاه من خلال تطبيق الأساليب الإحصائية . ولايصل إلى تفسير العلاقة السببيه مالم تقم أدلة منهجية

كافيـة على وجودها . وأن وجود الدلالة أو المغزى الاحصائية لايفسر العلاقة السببية ولكنه يشير فقط إلى عدم تدخل عامل الصدفة فى بناء هذه العلاقة . بينما يهدف تطبيق منهج الدراسات السببية المقارنة وتصميماته المنهجية إلى الكشف عن العلاقة السببية بين المتغيرات،وصياغة تفسير النتائج فى هذا الإطار.

- يتطلب تطبيق منهج الدراسات السببية المقارنة ضرورة المقارنة بين حركة المتغيرات لجماعتين أو عينتين أو أكثر والاستدلال من خلال وجود أو غياب المتغيرات عن العلاقة السببية بين المقدمات والنتائج . بينما يمكن دراسة العلاقة الارتباطية بين المتغيرات بالنسبة لجماعة أو عينة واحدة، يتوفر فى سمات مفرداتها وسلوكهم المتغيرات محور البحث وحركة هذه المتغيرات . فيمكن دراسة العلاقة بين متغير التعليم وكثافة التعرض فى عينة واحدة، بينما يتطلب دراسة العلاقة السببية بينهما العزل بين جماعات المقارنة لمحاولة ضبط المتغيرات الأخرى ووصف كل جماعة على حدة لتقرير وجود أو غياب المتغيرات العاملة .
- وبالإضافة إلى ذلك يوجد اختلاف فى توظيف الطرق والمعالجات الإحصائية حيث يركز منهج السببية المقارنة على اختبارات الفروق بين المتوسطات التى تكشف عن وجود أو غياب هذه الفروق ودلالاتها مثل اختبارات ت، وتحليل التباين، وتحليل التغاير كما سبق أن قدمنا . بينما يحتاج تقرير العلاقات الارتباطية ومداها، تحديد معامل الارتباط ودلالته وتقدير مربع هذا المعامل للكشف عن التباين المشترك بين المتغيرات فى العلاقات الارتباطية .

الدراسات دون التجريبية وشبه التجريبية

يسعى الباحثون بقدر كبير إلى محاولة الضبط المنهجى الذى يقترب من الدراسات التجريبية، حتى يمكن بناء الاستدلال الصحيح عن العلاقات السببية من خلال الإجراءات المنهجية التى يقومون بها . وحيث يصعب التجريب المعلمى لأسباب عديدة - نذكرها بعد - يحاول الباحث أن يتلمس الطرق والأساليب المختلفة لعقد المقارنات أو يبتكر أسلوبًا جديدًا يقترب به من صرامة المنهج التجريبى ودقته. ويلجأ الباحث بالتالى إلى محاولة الضبط فى مرحلة ما، أو عزل متغير، أو التدخل

الشخصى فى الانتقاء، أو صياغة المثيرات السببيه، لتقرير العلاقة على أسس تقترب من التجريب المعملى .

ولذلك يطلق الخبراء والباحثون على هذه الطرق والأساليب **التصميمات المنهجية دون التجريبية** *Pre-exprementa1 Design* **والتصميمات المنهجية شبة التجريبية** *Quasi - exprementa1 Design*. وتختلف عن بعضها فى الاقتراب أكثر من تصميمات المنهج التجريبى .

وهذه التصميمات فى أى من النوعين السابقين لاتختلف فى بنائها عن التصميمات السابق ذكرها فى التصميمات المنهجية للدراسات السببية المقارنة التى اعتمدت على القواعد التى صاغها ستيوارت مل لبناء العلاقات السببية.ولكنها تحدد أكثر توقيت القياس،أو التدخل فى اختيار خصائص الجماعات بداية.ومن هنا تأتى التسميات التى تقترب من مفهوم التجريب المعملى،ولكنها تفتقر إلى مستويات عالية من الصدق الداخلى والخارجى (*H.L.Kidder 81:43-57, D.Nachmais & Ch.Nachmais 81:107-127, R.Wimmer & J.Daminick 83:91-93*) .

وتتدرج مستويات التصميمات المنهجية للدراسات دون التجريبية فى قوتها من الضبط المنهجى كالآتى :

١- القياس البعدى للجماعة الواحدة *The one shot case study* ويتم القياس عقب وجود المثير أو المتغير المستقل للإجابة على السؤال الخاص بفاعلية أو تأثير هذا المثير . مثل إذاعة برنامج جديد، أو التغيير في إخراج الصفحات الإخبارية، أو نشر المستحدثات، أو الحملات المؤقتة... إلى آخره . وهذا التصميم يفتقد إلى أساس للمقارنة بالإضافة إلى غياب الضبط المنهجى تمامًا وبالتالى لايصلح الاستناد عليه وحده فى التفسير والاستدلال عن العلاقات السببية أو وجود الأثر وغيابه .

٢- القياس القبلى - البعدى للجماعة الواحدة *The one group pre- post test design* وهذا التصميم يوفر الأساس للمقارنة من خلال القياس القبلى للتعرض للمثير أو المتغير المستقل، ويقدم بالتالى تفسيراً للفروق بين القياسات قبل التعرض، وبعده، وبالتالى يمكن تفسير الفروق فى إطار تأثير المتغير المستقل أو بسببه .

وهذا التصميم شأنه شأن التصميمات المنهجية المقارنة السابقة لايحسم العلاقة السببية، لغياب الصدق الخارجى والداخلى .

ويستخدم اختبار (ت T) للكشف عن دلالة الفروق بين المتوسطات المرتبطة في هذه الحالة .

٣- القياس البعدى المقارن *The Static Comparison Group Design* ويحاول هذا التصميم تجاوز غياب الصدق الداخلي من خلال المقارنة في وقت واحد بين الجماعة التجريبية والضابطة، بعد تعرض التجريبية للمثير أو المتغير المستقل، ثم قياس التغير في الجماعتين بعد التعرض، وإجراء المقارنة من خلال الكشف عن دلالة الفروق للجماعات المستقلة .

وتقف حدود الاستفادة من نتائج استخدام هذه التصميمات عند حدود الاسترشاد بها أو اعتبارها دليلاً للدراسات التجريبية بعد ذلك، ولذلك فإنها تسمى الدراسات التمهيدية للتجريب المعملي (على ماهر ٩٨:١٤٣) .

أما التصميمات المنهجية شبه التجريبية فتتجاوز بعض نقاط الضعف التي تشوب التصميمات التمهيدية للتجريب أو دون التجريبية، ولكنها لا تصل إلى دقة التصميمات التجريبية التي تعتمد على الضبط المنهجي الكامل: ومن التصميمات المنهجية شبه التجريبية ما يلي:

الاختبار القبلي-البعدي للجماعات غير المتكافئة ***Pre - Post Test Nonequivalent Control Groups*** ويعتمد اختبار جماعتين متباينتين في أي من الخصائص ويتم تعريض إحداها (التجريبية) إلى المتغير المستقل لفترة من الزمن، وملاحظة التغير في الاستجابات نحو هذا المثير وتسجيل التغير، ثم يتم تفسير التغير في التباين من خلال العلاقة السببية بهذا المثير .

وعلى سبيل المثال قد تؤدي الحملات الإعلامية إلى تقليل الفجوات بين المفردات في إدراك المفاهيم المستهدفة من الحملة، رغم التباين المسبق في المدركات قبل بداية الحملة، ولكن بعد الحملة سوف يتأثر هذا التباين لصالح زيادة إدراك المفاهيم، والذي يؤدي إلى اختلال التباين المسبق بين الجماعتين من خلال تقريب الفجوة بينهما .

الاختبارات المتتابعة *Time- Series Design* والتي تشبه الدراسات الطوليه، فتهدف إلى دراسة التغير كل فترة زمنية طويلة، بما يسمح بالاختبار القبلي - البعدي كل فترة زمنية والكشف عن نشاط المتغير المستقل كسبب للتغير .

ومن الأمثلة على ذلك وصف التغير فى معارف أو مهارات أو اتجاهات أو سلوك الأطفال خلال أربع أو ثلاث دورات كاملة بتأثير برنامج معين . ويتم قياس هذا التغير قبل وبعد انتهاء كل دورة من الدورات خلال العام .

ويمكن تطوير الاختبارات للجماعات غير المتكافئة فى إطار هذا التصميم لتوفير قدر كبير من الصدق المنهجى خلال القياس المتكرر .

وكذلك تطوير اختبارات الجماعات المتعددة فى هذا الإطار أيضاً، حتى يتمكن الباحث من عزل المؤثرات الخارجية، وضبط المتغيرات الداخلية أو الكشف عن المتغيرات الكامنة .

وتختلف هذه التصميمات السابقة عن المسوح التفسيرية أو الاستدلالية أو السببية المقارنة فى أنها تقترب من البحث التجريبى، ولذلك فهى لاتعتمد على العينات كبيرة الحجم . لكنها تعتمد على دراسة الجزء *Panel Study* وهى العينات الصغيرة الثابتة التى يتم اختبارها لإجراء القياس المتكرر فى التصميمات السابقة

وهذه التصميمات السابقة يمكن جمعها فى إطار واحد هو **التجريب الميدانى** *Field Exprementa*l حيث يتم البحث والدراسة فى البيئة الطبيعية، ولايتأثر خلالها المبحوثون بالموقف التجريبى الذى يمكن أن يؤثر فى النتائج .

وعادة مايعتمد التجريب الميدانى على الملاحظة أو المقابلة الشخصية حيث يقل حجم العينات وعدد المبحوثين بما يسمح باستخدام هذه الاساليب وأدواتها . وفى التصميمات السابقة قد يتحكم الباحث فى المتغير المستقل مثل بعض حالات الحملات الإعلامية أو نشر الأفكار المستحدثة. وقد يقاس تأثير المتغير المستقل فى حالته الطبيعية مثل قياس تأثير بعض البرامج على التغير المعرفى أو السلوك .

المنهج التجريبى
واختبار العلاقات السببية

يعتبر المنهج التجريبى *Exprementai Methód* أكثر المناهج العلمية ملاءمة لرصد الحقائق، وصياغة التفسيرات على أساس متكامل من الضبط والصدق المنهجى، لما يتوافر له من مقومات وإجراءات تحقق للباحث الصدق الداخلى والخارجى . ولذلك يعتبر أكثر ملاءمة لاختبار العلاقة السببية والتقرير بصحة وجودها أو غيابها، وحسم هذه العلاقة علمياً . حيث يمكن من خلال هذا المنهج ملاحظة تأثير أحد المتغيرات فى الآخر تحت ظروف الضبط المحكم .

وتعتبر دراسات الأثر من المجالات البحثية فى الدراسات الإعلامية التى تثير أهمية تطبيق المنهج التجريبى، خصوصاً بعد التوسع فى عملية التنظير لبناء الأثر واختباره من خلال النظريات والفروض العلمية الخاصة بدور وسائل الإعلام فى تشكيل المعرفة، والغرس الثقافى والتعلم بالملاحظة ... وغيرها، التى يمكن اختبار مفاهيمها فى العينات المختلفة من خلال التجريب والضبط التجريبى، خصوصاً فى التعلم بالملاحظة وبعد انتشار الدراسات الخاصة بالطفولة وعلاقتها بوسائل الإعلام . وما يمكن أن يقوم به الباحثون من بحوث تجريبية فى بيئات صناعيه أو معملية فى رياض الأطفال والمؤسسات التعليمية للطفل، لقياس تأثيرات وسائل الإعلام ومحتواها مع إجراءات الضبط المنهجى فى الروضة أو المدرسة وإمكانية الملاحظة والمشاهدة والتسجيل العلمى لنتائجها .

ولذلك فإن نتائج المنهج التجريبى - متى توافرت شروط تطبيقه - يمكن أن تجيب على الأسئلة المتعددة الخاصة بتأثيرات الإعلام على السلوك الاتصالى للأفراد وبناء المعلومات والآراء والأفكار والاتجاهات، والتغيير فى الأنماط السلوكية والمعرفية التى ترتبط بالنموذج الإعلامى .

ويقوم المنهج التجريبى على توافر شروط الضبط والتحكم فى العناصر التالية (*R.D. Wimmer & J.R. Dominick 81:77-79*) :

- التحكم فى البيئة، وذلك بعزل المتغيرات الناتجة عن النشاط العادى؛ بحيث لايصبح فى مجال التجربة سوى النشاط التجريبى، حتى يمكن إخضاع هذا النشاط للقياس .
- التحكم فى المتغيرات وطريقة قياسها .
- التحكم فى اختيار العينات أو الجماعات أو المفردات .

وهذا الضبط لايتم إلا فى البيئة الصناعية أو المعملية التى يقوم الباحث ببنائها، لاختبار فروض الدراسة فى إطار الضبط المحكم لكافة العناصر والمتغيرات والبيئة المحيطة بالظاهرة، ولذلك فإنه كثيراً ما يطلق على تطبيق المنهج التجريبى فى الظروف الصناعية أو المعملية التى تعتمد على الضبط المحكم التجريب المعملى *Laboratory Exprements* تمييزاً له عن التجريب الميدانى الذى يتم فى الظروف والبيئات الطبيعية، ولايتوفر له مقومات الضبط المحكم بنفس المستوى الذى يتوافر فى التجريب المعملى .

وكما سبق أن قدمنا يقوم تصميم الإجراءات المنهجية فى تطبيق المنهج التجريبى وتصميماته على استخدام إحدى الطرق التى أرساها جون ستيوارت مل فى الكشف عن العلاقات السببية واختبار الفروض الخاصة بها والقوانين التى تحكم حركة هذه العلاقات، والتى تتلخص فى الاتفاق، والاختلاف، والجمع بينهما ثم التلازم فى التغيير والتى سبق الإشارة إليها فى هذا الفصل .

ولتحقيق أي من الطرق المشار إليها فإن البحث يتطلب توافر العناصر الأساسية التالية :

- تحديد الجماعات أو المجموعات التى سوف يتم التجريب عليها، بغرض ملاحظة الاتفاق أو الاختلاف أو التلازم الذى يفسر حدود تأثير المعالجة التجريبية أو المتغير المستقل .

وفى هذه الحالة نفرق بين الجماعة التجريبية *Expremental Group* التى تتعرض للمعالجة التجريبية، والجماعة الضابطة *Control Group* التى يتم تحديدها لأغراض القياس والمقارنة دون أن تتعرض للمعالجة التجريبية .

- القياس فى مراحل التجريب المختلفة، تبعًا للتصميم المنهجى المختار، بغرض ملاحظة التغير الناتج عن عملية التجريب .
- استخدام طرق الإحصاء الاستدلالى فى الكشف عن الفروق، أو التباين، أو التغاير من خلال حساب الفروق بين المتوسطات ودلالاتها، أو تحليل التباين أو تحليل التغاير حسب حدود المتغيرات العاملة وعدد المعالجات التجريبية التى يتم اجراؤها فى مراحل التجريب تبعًا للتصميم المنهجى الذى يختاره الباحث ويحقق أهداف البحث .

ويمكن أن نميز بين عدد من التصميمات المنهجية، التى تختلف باختلاف عدد الجماعات، وتوقيت القياس بالنسبة للمعالجة التجريبية، أو عدد المعالجات التجريبية . ولكنها تتفق جميعها فى الآتى :

أولا : تعريض الجماعات التجريبية للمعالجة أو المعالجات التجريبية .

ثانيًا : قياس المتغيرات الخاصة بالجماعات التجريبية قبل المعالجة التجريبية وبعدها.

ثالثًا : عزل الجماعة أو الجماعات الضابطة بعيداً عن المعالجة التجريبية، مع قياس

المتغيرات الخاصة بها فى التوقيت الذى يتفق مع طبيعة التصميم المنهجى .

رابعًا : عقد المقارنات بين التغير فى المتغيرات الخاصة بالجماعة أو الجماعات التجريبية فى علاقتها بالجماعات الضابطة التى لم يتم تعريضها للمعالجة التجريبية فى أى من التصميمات المنهجية .

خامسًا : الاستدلال عن الأثر أو السبب من خلال حساب دلالة الفروق بين المتوسطات أو تحليل التباين أو التغاير كما سبق أن قدمنا .

ومن التصميمات المنهجية الشائعة فى المنهج التجريبى مايلى :

١- القياس القبلى - البعدى *Pretest - Post test Design* وملاحظة السببية أو التأثير من خلال الكشف عن دلالة الفروق فى النتائج بين المجموعتين، سواء تم القياس القبلى - البعدى للتجريبية فقط أو تم للجماعتين للتأكد من عزل التأثيرات الخارجية التى قد تتعرض لها المجموعة التجريبية .

ويوجد أكثر من تصميم منهجى فرعى فى هذا التصميم القبلى - البعدى، توضحه العلاقة بين الرموز التالية :

	قبل	المعالجة التجريبية	بعد
- جماعة تجريبية	$ت_1$	×	$ت_2$
جماعة ضابطة	$ض_1$	—	$ض_2$
- جماعة تجريبية أ	ت $أ_1$	× أ	ت $أ_2$
جماعة تجريبية ب	ت $ب_1$	× ب	ت $ب_2$
جماعة ضابطة	$ض_1$	—	$ض_2$

وذلك فى حالتى استخدام معالجتين تجريبية، مثل التعرض العادى، التعرض الكثيف، أو المشاهدة المسائية، والمشاهدة فى فترة السهره ...وغيرها والتى تمثل باستخدام أكثر من متغير مستقل ، أو أكثر من حالة للمتغير المستقل .

- جماعة تجريبية	$ت_1$	×	$ت_2$	$ت_3$
جماعة ضابطة	$ض_1$		$ض_2$	$ض_3$

وذلك لمحاولة تجنب الأثر الناتج عن التفاعل بين مدركات المبحوثين عن القياس قبل التجربة والمعالجة التجريبية بما يؤثر على نتائج القياس البعدى . ولذلك يأتى القياس التالى بعد فترة من الزمن .

٢- القياس البعدى فقط والمقارنة بين الجماعتين *Posttest Only Control Group Design* .

- جماعة تجريبية	ــــ	×	$ت_١$
جماعة ضابطة	ــــ	ــــ	$ض_١$

وفى هذه الحالة يتم تعريض الجماعة التجريبية للمعالجة دون قياس قبلى، ولكن يتم إجراء القياس بعد المعالجة لكل من الجماعة التجريبية والضابطة، ويتم الكشف عن دلالة الفروق بين نتائج القياس البعدى للتغير التابع فى الجماعتين . وهذا التصميم يتجنب نتائج التفاعل بين إدراك الجماعة التجريبية للقياس والمعالجة التجريبية، نتيجة تعرض الجماعة التجريبية للقياس القبلى . مما يؤثر فى نتائج القياس البعدى للمتغير التابع فى الجماعة التجريبية .

٣- اختبار سلومون ذو المجموعات الأربع *Solomon four Grouyps* ، ويجمع هذا التصميم بين التصميمين السابقين كما لو كانتا تجربتين مستقلتين، فإذا ما جاءت نتائج التجربتين متسقة دل ذلك على مدى صدق وضبط العمل المنهجى، ويتم تصميمه كالآتى :

	قبل	المعالجة التجريبية	بعد
- مجموعة تجريبية(١)	$ت_١$	×	$ت_٢$
مجموعة ضابطة(١)	$ض_١$	ــــ	$ض_٢$
- مجموعة تجريبية(٢)	ــــ	×	ت
مجموعة ضابطة(٢)	ــــ	ــــ	ض

وعلى الرغم من أن هذا التصميم يعتبر أكثر جهداً وتكلفة إلا أنه أكثر شيوعاً لأنه يعزل بذلك العديد من العوامل التى تؤثر على الصدق الداخلى والخارجى الذى يؤثر على القياس. ويشترط التجانس التام فى الجماعات الأربع المختارة، بالإضافة إلى أن الأختيار العشوائى يعتبر هو الأساس فى الاختيار لهذه الجماعات .

وعلى الرغم من شيوع المنهج التجريبى فى الكثير من فروع المعرفة والعلوم الإنسانية المختلفة مثل علم النفس وفروعه، إلا أن تطبيق هذا المنهج يرتبط بالكثير من المحاذير فى الدراسات الإعلامية وبصفة خاصة فى دراسة جمهور المتلقين على

اختلاف فئاتهم للأسباب التالية :

- عدم اتفاق عملية التجريب فى الكثير من الحالات مع طبيعة جمهور المتلقين، الذى يتميز بالضخامة والتشتت والتباين فى السمات - فتحول ضخامة العدد والتشتت دون إمكانية الاختيار السليم للعينات بحيث تصبح ممثلة للمجتمع الكل، بالإضافة إلى أن التباين فى السمات وبصفة خاصة فى أنماط السلوك الاتصالى يحول دون تحقيق التماثل التام بين الجماعات المختارة للتجريب .
- عدم إمكانية الضبط المحكم للعوامل التجريبية إلا لفترات محدودة، يزول بعدها أثر الضبط، ويصعب بعد ذلك عزل التأثيرات الخارجية .
- صعوبة التماثل بين المناخ التجريبى والمناخ الطبيعى الذي يعيشه جمهور المتلقين، وصعوبة ضبط جميع العوامل والمؤثرات المكونه للمناخ أو البيئة المعملية أو الصناعية .
- عدم إنسانية التجريب فى بعض الحالات التى تستدعى العزل عن المناخ الطبيعى أو التعريض إلى مثيرات قد لاتتفق مع التقاليد أو القيم الاجتماعية السائدة مثل دراسات العنف أو الإنحراف .

ونتيجة لمثل هذه الصعوبات وغيرها ، يلجأ الباحثون إلى الدراسات شبه التجريبية التى تتفق مع طبيعة الدراسات الإعلامية، وبصفة خاصة دراسة جمهور المتلقين فى الأهداف الخاصة بوصف العلاقات السببية أو اختبارها .



تحليل محتوى الإعلام

ترتكز أهمية تحليل محتوى الإعلام Content analysis كمنهج للبحث والدراسة على عدد من الحقائق التالية :

أولاً : إن وسائل الإعلام - وبصفة خاصة التليفزيون - أصبحت المصدر الأساسى للمعلومات التى يكتسبها قطاع عريض من فئات جمهور المتلقين .

ثانيًا : يتكون النظام الإعلامى فى دولة ما من عدد من النظم الفرعية . يتصدرها فى الأهمية نظام المعلومات التى ترتكز عليه وسائل الإعلام فى تحقيق أهدافها . وهذا يشير إلى الأدوار المختلفة لانتقاء المعلومات وإعدادها للنشر والإذاعة فى قوالب وظيفية تتفق مع الهدف من جمع المعلومات وإعادة توزيعها .

ثالثًا : يتأثر الهدف الأساسى لنظام المعلومات فى وسائل الإعلام بحركة القوى المسيطرة فى المجتمع وعلاقاتها بوسائل الإعلام . حيث تعمل هذه القوى على تسويق أفكارها وآرائها وشخصياتها من خلال نظام المعلومات فى هذه الوسائل.

رابعًا : يعتبر تحليل محتوى الإعلام هو المنهج المناسب لوصف وتحليل نظام المعلومات فى وسائل الإعلام بكافة عناصره ابتداء من وصف المحتوى ودلالاته وارتباطاته المتعددة بالإتجاهات المختلفة للنشر والإذاعة ،

والاستدلال عن الأهداف المختلفة لهذا النظام فى علاقته بالنظم الفرعية الأخرى فى وسائل الإعلام ، ثم علاقة النظام الإعلامى بالنظم الإجتماعية الأخرى فى إطار السياق الإجتماعى العام .

وهذه الحقائق اتفق عليها كثير من الباحثين والخبراء ، وأصبحت تصاغ فى فروض علمية تعكس مفهوم الإنتاج الهادف للمعرفة بتوجيه من القوى أو المراكز ، متسقة مع الأهداف والسياسات الخاصة بوسائل الإعلام وتنظيم العمل بها .

وتعكس أيضًا مفهوم العرض الانتقائى للصور والرموز فى محتوى الإعلام مع المفاهيم الخاصة بتأثيرات وسائل الإعلام من خلال ترتيب أجندة جمهور المتلقين ، والغرس الثقافى وتوجيه الرأى العام ، وتعكس فى نفس الوقت التباين الذى تلمسه من دراسة محتوى الإعلام بين الواقع الحقيقى والصور التى ترسمها وسائل الإعلام للوقائع والأحداث الإجتماعية بتأثير العمليات الانتقائية فى نظام المعلومات .

ولذلك سوف نجد فى الدراسات التطبيقية للعديد من الفروض العلمية والنظريات الإعلامية أن تحليل محتوى الإعلام يعتبر أداة رئيسية للبحث والتقصى للإجابة على الأسئلة العديدة الخاصة بأسباب اختيار المحتوى ونشره ، وقياس تأثيرات محتوى معين على المتلقين ، فأصبحت بحوث التأثير وتحليل محتوى الإعلام هى الأداة المنهجية للإجابة على الكثير من الأسئلة الخاصة بكم البرامج التى تركز على مفاهيم معينة مثل العنف (*M.Biagi 94: 377*) وبالإضافة إلى ذلك فإن نظريات المعانى *meaning* والنمذجة *modeling* تشير إلى أهمية دراسة محتوى الإعلام . فتقديم الحقائق فى وسائل الإعلام مصدر هام لتحديد أنماط السلوك، وبناء المعانى لدى الفرد، وتسهم كذلك فى تحديد الثقافات الأصلية والمستقرة . وهناك الكثير مما تقدمه الصور اللفظية التى تقدمها وسائل الإعلام تتمثل فى الإجابة على التساؤلات التالية : ماذا يحب المجتمع؟ كيف يكون سلوكنا نحو الآخرين أو بعضنا؟ ماذا يتوقع الآخرون منا؟ ماهى الأحداث أو الأفعال التى يمكن تتوالى عنا؟ كيف نفكر فى العالم الإجتماعى أو العضوى حولنا؟ كيف نقوم أنفسنا ..؟ وغيرها من التساؤلات التى يقدم تحليل محتوى الإعلام إجابة عنها (*M.L. Deflenr & E.E. Dennis 81: 364-5*) .

وعلى الرغم من الاهتمام الذى يكتسبه تحليل محتوى الإعلام فى الدراسات

المعاصرة، حيث يسهم بالتكامل مع غيره من المناهج فى اختبار الفروض والنظريات المعاصرة مثل التنشئة الإجتماعية *Socialization* وبناء المعنى *Construction of Meaning* أو البناء الإجتماعى للمعنى أو الحقيقة *Sacial Construction of Reality* فى إطار عمليات التفاعل الرمزى التى تدور داخل الجماعات والمجتمع . وكذلك نظريات بناء النماذج أو النمذجة والغرس الثقافى وترتيب الأولويات السابق الإشارة إليها . على الرغم من ذلك فإن التطبيقات العملية لهذا المنهج فى الدراسات الإعلامية مازالت تتسم بالسطحية وغموض الأهداف مما يؤثر بالتالى فى صلاحية النتائج للتفسير الذى يعتبر ضرورة لرصد وتشخيص الظاهرة الإعلامية فى المجتمعات المعاصرة . ولهذا فإن توظيف هذا المنهج وأساليب الترميز وأدوات القياس تحتاج إلى معايشة كاملة للجوانب النظرية والتطبيقية، تتجاوز حدود التصنيف السطحى للرموز والعلامات وفئات المحتوى المنشور أو المذاع .

اتجاهات . تعريف
تحليل المحتوى

يعود استخدام الإجراءات المنهجية لتحليل المحتوى إلى سنوات سابقة على بداية القرن العشرين وتسبق بكثير جهود علماء السياسة والاجتماع فى استخدامه وتوظيفه فى الثلاثينات من هذا القرن (*PH.Stone 66 : 22*) .

ومنذ البداية اقترن التطبيق بفكرة التجزئ أو التقسيم للرموز اللفظية لمحتوى الصحف، وعد هذه الأجزاء أو الأقسام، ووصف المحتوى من خلال نتائج العد والقياس . بل إنه منذ البداية تم تصنيف المحتوى أيضًا على المساحات التى يحتلها على الصفحات، وموقعه على هذه الصفحات واتخذت المساحة والموقع إطارا لوصف المحتوى أيضًا بجانب التصنيف على أساس تكرار الرموز اللغوية المختلفة .

وهذه الأفكار التى اقترنت بتطبيقات تحليل المحتوى هى التى تم تطويرها بعد ذلك فى عدد من الخطوات المنهجية التى تميز هذا المنهج عن غيره من المناهج والأساليب الأخرى .

وهى أيضًا الخطوات التى أعطت له الصفة الكمية *Quantitive* فى مواجهة التحليل الكيفى *Qualitative* أو الأنطباعى *Impressionistic* الذى يقوم على قراءة وتسجيل الانطباعات الذاتية عن المحتوى المنشور .

وفى كلا الحالتين-الكمى والكيفى-يتفق التطبيق مع المفهوم العلمى للتحليل *Analysing* الذى يستهدف إدراك الاشياء والظاهرات من خلال عزل عناصرها بعضها عن بعض - التقسيم أو التجزئ - ومعرفة خصائص أو سمات هذه العناصر ، وطبيعة العلاقات بينها . مثل تقسيم المحتوى أو تجزئته إلى أعداد من الجمل أو الكلمات التى تحمل صفات مشتركة، وتصنيف المحتوى بناء على هذه الصفات وتقرير العلاقات بينها، والعلاقات مع غيرها من عناصر العملية الإعلامية كأسباب اختيار المحرر أو المعد لها بالذات .... إلى آخره . ومع تطور استخدام تحليل المحتوى وتطبيقه فى الدراسات الإعلامية المختلفة ازدادت معه البحوث والدراسات التى تبحث فى الجوانب النظرية والمنهجية .

وقدمت هذه الدراسات تعريفات عديدة منذ بداية الاربعينات، اتفقت فى بعض محدداتها واختلفت فى أخرى . تمثل طموحًا للباحثين فى تجاوز الأهداف المحدودة المقترنه بالمحتوى ذاته، إلى الاستدلال عن عناصر العملية الإعلامية، وكذلك السمات الخاصة بالظاهرات ذات العلاقة بالمحتوى الإعلامى .

وحسب الأهداف الخاصة بتوظيف تحليل المحتوى يمكن أن نميز بين اتجاهين رئيسيين للتعريف :

أولاً : الإتجاه الوصفى فى تحليل المحتوى* :

وهو الاتجاه الذى عاصر فترة النشأة ومازال يستعيره بعض الخبراء والباحثين فى تعريفهم لتحليل المحتوى وتطبيقه .

ويركز أصحاب هذا الاتجاه على هدف وصف المحتوى فقط، ويتم التعامل مع وحدات المحتوى الظاهر فقط دون تجاوز ذلك إلى المعانى الكامنة لهذه الوحدات وعلاقاتها . ومن الرواد الذين استخدموا هذه الاتجاه فى التعريف . هارولد لازويل *H.Lasswill.* الذى استخدم المحتوى فى الكشف عن الرموز الدعائية خلال فترة مابين الحربين العالميتين، وكذلك كابلان *I.Kaplan*، وجانيس *I.Janis* ، وكارتريت *D.P.Carturight* وغيرهم الذين عاصروا فترة النشأة ومابعدها. ومن أهم التعريفات

---

* للاستزادة فى اتجاهات التعريف راجع بالتفصيل : محمد عبد الحميد : تحليل المحتوى فى بحوث الإعلام جدة : دار الشروق، ١٩٨٣، ص.ص١٥ - ٢٢ .

فى هذا المجال تعريف برنارد بيرلسون الذى يعتبر من الثقاء فى هذا الموضوع وتطبيقاته وعنه استعار معظم الخبراء والباحثين تعريفهم لتحليل المحتوى ويعرف بيرلسون تحليل المحتوى بأنه "**أسلوب البحث الذى يهدف إلى الوصف الكمى والموضوعى والمنهجى للمحتوى الظاهر للإتصال**" (*B.Berlson 71 : 14-15*) .

وتتلخص معالم تعريفات الإتجاه الوصفى فى الآتى :

١- التركيز على الأهداف الوصفية فقط . مثل الوقوف عند حدود ماذا قيل ..؟ وكيف قيل ..؟ .

٢- يرتبط الوصف بالمحتوى الظاهر فقط *manifest* وليس مايقال بين السطور أو المعانى الكامنة فى هذا المحتوى .

٣- يتحفظ أصحاب هذا الإتجاه على استخدام نتائج التحليل فى تفسير المعانى الكامنة، حيث يجب أن يكون تحت ظروف معينة ترتبط بتحديد نموذج لوضوح محتوى الإتصال من جانب، وفهم المحتوى وإدراكه من جانب آخر، ولايفترض تطابق عنصرى هذا النموذج فى جميع الظروف (*B.Berlson 71-18-20*) .

ثانيًا : الإتجاه الاستدلالى فى تحليل المحتوى :

ويتجاوز هذا الاتجاه وصف المحتوى الظاهر إلى الكشف عن المعانى الكامنة *Latent meaning* وقراءة مابين السطور والاستدلال *Making inference* عن الأبعاد المختلفة لعملية الإتصال .

ومن تبنى هذا الاتجاه منذ نهاية الستينات هولستى *O.L.Holsti* وكارنى *F.Carney* وستون *PH.Stone* وباد *R.Budd* وغيرهم. حيث يرون أن التحليل يساعد فى الإجابة على الأسئلة المتعددة المرتبطة بعملية الاتصال وتأثيراتها . ذلك أن الاتصال ليس مجرد رسالة ثابتة سواء كانت مطبوعة أو مذاعة. ولكنه تفاعل متدفق، ولذلك فإن المحلل لاينظر إلى الرسالة فى حد ذاتها، ولكن لكل التساؤلات المحيطة بعملية الاتصال وتأثيرها، فالهدف الأساسى من عملية التحليل هو الاستدلال، وهذا يفرق التحليل عن الفهرسة أو التصنيف أو المستخلصات .

لأنه فى العملية الإعلامية لايمكن عزل الرسالة عن شخصية المتلقى وحالته العضوية، ولاعزلها عن غيرها من الوسائل بالإضافة إلى أنه لايمكن عزل الرسالة عن خصائص المحرر أو الكاتب واتجاهاته وأفكاره وارتباط ذلك كله بالأهداف والسياسات وتأثيرات القوى أو النظم فى المجتمع .

ولذلك يركز باحثون وخبراء آخرون على توظيف الإجراءات المنهجية فى الكشف عن ردود الأفعال والانتقال إلى دراسة الأثر - وهو ماكان يرفضه الخبراء فى المراحل المبكرة - من خلال التحليل الشرطى *Contingency analysic* الذى يركز على العلاقات البنائية بين أجزاء المحتوى حيث يعتبر ترتيب الأقوال أو الأحداث هو أساس اهتمام الباحث للخروج بدلالات أو تنبوءات خاصة بالنتائج أو التوقعات . وفى هذا يختلف عن التحليل الجدولى *Tabular* فى أن الوحدات فى التحليل الشرطى يجب ترتيبها أولاً فى إطار علاقة بنائيه مثل الترتيب الزمنى أو اتجاهات التفاعل، ويتم بعد ذلك التحليل، وذلك للخروج بنتائج صادقة عن حركة الأحداث والأشخاص واتجاهاتها (*J.Bower & J.Curtrighr 84: 78-82*) .

بل أن المدرسة النقدية الثقافية فى الإعلام فى أوربا والولايات المتحدة، تتبنى هذا المفهوم فى دراستها للمحتوى وخصائصه الفكرية والثقافية وعلاقاتها بالمجتمع حيث تهتم بالأفكار بإعتبارها صياغة عقلية، ويتفاعل معها كبناء، وطريقة لترميز الحقائق وتصنيف المشروعات وقواعد للمباريات فى الدلالة. ولذلك تتعامل مع الرموز اللغوية من هذا المفهوم وليس من مجرد كونها كلمات. وبالتالى فإن هذه الرموز التى تستخدم فى وسائل الإعلام هى عبارة عن صياغة للأفكار المسيطرة والتى يفسرها المتلقى فى الإطار المرجعى الذى تم ترميزها من خلاله، وبالتالى فإن المتلقى يظل داخل دائرة الرموز المنهجية أو المسيطرة .وهذا هو الدور المهنى لوسائل الإعلام فى الترميز، أو مايسمى ما وراء الترميز*meta code* . (*S.Hall 84:128-38*)

ومع انتشار المدرسة النقدية ونظرياتها نشطت عملية الاستدلال من خلال تحليل المحتوى والنصوص للكشف عن القيم الثقافية السائدة ودوافع الاهتمام بهذه القيم، واتخذت أساساً للاستدلال حول الأفكار المسيطرة أو المهيمنه ودعم الوضع الراهن (*Little Joun 89: 135-36*) وإن كانت هذه المدرسة تميل إلى التحليل الكيفى وترفض التحليل الكمى، إلا أنها تحاول التأكيد على الحركة الهادفة لآليات صياغة الرموز الإعلامية التى يمكن الكشف عنها من خلال تحليل المحتوى والنصوص الأدبية أو المنشورة فى وسائل الإعلام، مثل تهميش دور المرأة أو سيطرة المصالح الاقتصادية أو تحليل الصور التى ترسمها وسائل الإعلام للفئات المختلفة فى المجتمع لتأكيد تحيزها معهم أو ضدهم .... وغيرها من البحوث التى اعتمدت

وتعتمد على التحليل لتأكيد الأفكار التى تربط بين عناصر الرسالة وبنائها وبين عناصر العملية الأخرى فى إطار السياق الثقافى والاجتماعي للمجتمع الكلى .

وبجانب ذلك زادت النظريات الإعلامية الحديثة من أهمية التحليل الاستدلالى لمحتوى الإعلام لاختبار هذه النظريات وفروضها، والإجابة على التساؤلات الخاصة بالصور أو وجهات النظر المنتقاه التى يتم وضعها فى الأخبار والأعمال التليفزيونية، وبالتالى أصبح التحليل مطلبًا للإجابة على هذه التساؤلات .

وعلى سبيل المثال نجد أن چورج جربنر يرى أن تأكيد العلاقة بين كثافة المشاهدة وإدراك الواقع الإجتماعى بالصور التى يعرضها التليفزيون تعتمد على ثلاثة مؤشرات، أثنين منها يتطلب الكشف عنهما استخدام تحليل محتوى الإعلام وهما العمليات المؤسسية الكامنة وراء انتاج محتوى الإعلام، والصور الذهنية التى ترسمها وسائل الإعلام . وأن أهم الاعتبارات الأساسية لنظرية الغرس واختباراتها هو تحليل نظم الرسالة العامة للتليفزيون كدليل على عملية الغرس ، والتعرف على صورة الواقع الرمزى الذى يقدمه التليفزيون (*G.Gerbener 90: 253-262*) .

وأن قوة التليفزيون تتمثل فى الصور الرمزية التى يقدمها فى محتواه الدرامى عن الحياه الحقيقة، ويقوم بالتأثير أولاً على التعلم ثم بناء وجهات النظر حول الحياة الإجتماعية، بحيث يمكن النظر إلى بناء التأثيرات على أنها عمليات تفاعل بين الرسائل والمتلقين (*D.Mc Quail 94: 364- E.Griffin 94: 344*) . ويرى أيضاً سيڤن وينداهل *S.Windahl 81* أن استخدام وسائل الإعلام لا يمكن تحديده فى إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه فى إطار كمية المحتوى المستخدم/ نوع المحتوى/ العلاقة مع وسيلة الإعلام بالإضافة إلى طريقة الاستخدام .

وهذه الرؤى وغيرها فى الفكر الإعلامى المعاصر أصبحت تشير إلى أهمية التعامل مع محتوى الإعلام بإعتباره ناتجًا عن عمليات وعلاقات معقدة بين عناصر عديدة، يمكن الكشف عنها من خلال مفهوم الاستدلال والكشف عن المعانى الكامنة وليس الوقوف عند حد وصف المحتوى الظاهر للإعلام فقط . وهذه فرضت بالتالى تعدداً فى الوظائف والاستخدامات الخاصة بتحليل المحتوى .

ويعتمد الإتجاه الإستدلالى - مثل الإتجاه الوصفى فى التعريف - على عدد من الشروط أو المتطلبات التى توفر التوظيف السليم لهذا المنهج . وهى المنهجية

Systematic والموضوعية Objectivity والصفة الكمية Quantitative ، وإن كان يختلف عن الإتجاه الوصفى فى أنه لايركز على المحتوى الظاهر فقط ولكنه يسعى إلى الكشف عن المعانى الكامنة وقراءة مابين السطور للخروج باستدلالات حول العلاقات المتعددة للمحتوى الإعلامى بغيره من عناصر العملية الإعلامية .

ولذلك فإننا نرى أن تعريف تحليل المحتوى يجمع بين كل من الإتجاهين الوصفى والاستدلالى ومتطلبات التحليل ومستوى النتائج التى يستهدف القائم بالتحليل تحقيقها . ولذلك فإننا نرى أن تحليل المحتوى هو : **"مجموعة الخطوات المنهجية ، التى تسعى إلى اكتشاف المعانى الكامنة فى المحتوى ، والعلاقات الارتباطية بهذه المعانى ، من خلال البحث الكمى ، الموضوعى والمنظم للسمات الظاهرة فى هذا المحتوى"** .

ويتوفر فى سياق هذا التعريف الجمع بين اتجاهات التعريف سابقة الذكر ، بوصفها مراحل للتحليل من جانب، ويتوفر أيضاً رؤيتنا لأهداف التحليل ومستوياتها كالآتى :

- ينظر هذا التعريف إلى الرسالة ومحتواها باعتبارها عنصراً لاينعزل عن عناصر العملية الإعلامية الأخرى، ويقرر وجود علاقة ارتباطية وتأثيرات متبادلة فى إطار السياق الإجتماعى العام كما تشير إليه النماذج المتعددة للإتصال بصفة عامة والإعلام بصفة خاصة .
- يحدد التعريف أهداف عملية التحليل فى الكشف عن المعانى الكامنة والعلاقات الارتباطية بهذه المعانى ، وهذه تتفق مع مفهوم الاستدلال والتنبؤ بحركة العملية الإعلامية وعناصرها وتأثيراتها كماتراه النظريات والتعميمات المعاصرة فى الإعلام وتأثيراته .
- يفترض أن البحث يتم بداية فى المحتوى الظاهر، لأن مطلب الموضوعية لايمكن تحقيقه بدقة إلا من خلال البحث فى المحتوى الظاهر . ثم يأتى بعد ذلك الاستدلال من خلال التفسيرات المرتبطة ببناء العلاقات والنظم السلوكية والإعلامية ونظرياتها .
- لايقلل التعريف من البحوث الوصفية فى تحليل المحتوى التى تحقق هدف وصف المحتوى الظاهر، حيث يرتبط بهدف التحليل الذى يمكن أن يقف عند هذه الحدود لأغراض وصف الواقع الراهن أو التغير فى أنماط النشر والإذاعة ومهارات الممارسة كما سيأتى بعد .
- يؤكد التعريف على توظيف إجراءات منهجية واضحة ومحددة تقود الباحث إلى

تقرير النتائج بشكل منهجى منتظم، يتفق مع الأسس العلمية للبحث. وتستقل مجموعة الخطوات المنهجية بخصائص ومميزات تتفق مع متطلبات عملية التحليل .

وتعتبر الصفة الكمية *Quantitative* أحد المحددات الأساسية لتحليل المحتوى فى التطبيقات المعاصرة، بحيث لم تعد هناك حاجة للإشاره إلى ذلك لمزيد من التحديد والتفرقة بينه وبين التحليل الكيفى *Qualitative* أو الأنطباعى *Impres-sionistic* ، الذى يقوم على قراءة وتسجيل الانطباعات الشخصية للباحث ثم تقرر النتائج بناء على ذلك والتعبير عن هذه النتائج برموز لفظية مثل كثيراً، قليلاً، يتزايد، يتناقص .... إلى آخره وذلك بإتباع نفس إجراءات التحليل تقريبًا، فيما عدا أن التسجيل يتم لفظيًا وليس رقميًا (*W.J.Starosta., In: W.Gudy Kunst & Y.Yum Kim 84: 85-8*) .

ورغم هذا فإن الكثير من رواد المدرسة النقدية يرفضون التعامل مع الأرقام والتحديد الكمى عند قراءة النصوص أو المحتوى الإعلام، بإعتبار أنها دراسات جزئية تفتقر إلى الإطار النظرى الواعى بالمشكلات الإجتماعية وعلاقاتها وآثارها . وأن الدراسات الكمية هى أكثر صلاحية لخدمة السوق أكثر من المساعدة على كشف المشكلات والتنبؤ بأسبابها وطرق حلها .

ولذلك فإننا نرى أن التحليل الكمى لايكفى وحده للخروج بتفسيرات أو استدلالات عن العلاقات الإرتباطية للمحتوى، حتى يتجاوز الباحث مشكلات القصور الناتجة عن أسلوب العينات فى تحليل الوثائق، ولذلك فإن التحليل الكيفى يعتبر ضرورة للباحث للاقتراب من وثائق التحليل والتعرف على اتجاهات البحث فيها باعتبارها خطوة تمهيدية ضرورية للتحليل الكمى ، بالإضافة إلى أهمية التحليل الكيفى فى اثراء عملية التفسير والاستدلال . ولذلك فإن الباحث يجب أن يقوم بتسجيل انطباعاته الذاتيه وتقريره الكيفى أثناء عملية التحليل الكمى للاستفادة منها فى إثراء أهمية نتائج البحث وتفسيراتها .

الاستخدامات المنهجية
لتحليل محتوى الإعلام

يمكن تحديد أطر استخدامات تحليل المحتوى من خلال اتجاهات التعريف

السابق الإشاره إليها بإعتبار أن الاستخدامات هى تعبير عن الوظائف أو الأدوار التى يهدف تحليل المحتوى إلى تحقيقها ، والتى يمكن أن تتبلور فى المشكلات العلمية للإعلام وأهداف دراستها كالآتى :

أولاً: التحليل الوصفى للمحتوى

ويتوقف التحليل فى هذا الإطار عند حدود وصف المحتوى ذاته، دون تجاوز ذلك إلى الكشف أو الاستدلال عن متغيرات أخرى خارج بناء هذا المحتوى . وذلك مثل الحالات التالية :

١- الكشف عن مراكز الإهتمام فى المحتوى،سواء فى الموضوعات أو الشخصيات أو المصادر أو الأقاليم والدول والتجمعات .... إلى آخره . وذلك من خلال رصد تكرار النشر أو الإذاعة والمقارنة خلال فترة معينة أو العدد من البرامج والإذاعات والمحطات والصحف واجراء المقارنات بين تكرار النشر والإذاعة لاتخاذها دليلاً على وصف مستويات اهتمام الوسائل أو وسائل الرعلام والمقارنة بينها عبر الزمن أو بين هذه الوسائل .

٢- الكشف عن وظائف الإعلام التى تتبناها هذه الوسائل فى محتواها الإعلامى، وترتيب هذه الوظائف فى علاقاتها ببعضها بما يعكس مستوى اهتمام الوسائل بهذه الوظائف .

٣- الكشف عن تدفق المعلومات، ومصادرها . ومن جانب آخر يمكن الكشف أيضاً عن اتجاهات التبادل الاخبارى أو المعلوماتى بين الوسائل الإعلامية فى الدولة أو بين الدول المختلفة .

٤- دراسة فنون الاقناع فى المحتوى، وتحديد الاستمالات المختلفة، والإجابة على الأسئلة الخاصة بالاستمالات التى تميل الوسائل إلى استخدامها أكثر من غيرها .

٥- بحوث ضبط المعلومات من خلال المقارنة بين ماهو منشور أو مذاع فعلاً (مخرجات) وماتم الحصول عليه للنشر والإذاعة من مصادر مختلفة(مدخلات) متى توفرت المعلومات والبيانات الخاصة بمصادر الحصول على الأخبار والمعلومات

٦- الدراسات اللغوية المختلفة التى تعتمد على الصحف باعتبارها وثائق لغوية، مثل دراسة الأسلوب، ودلالة المعانى، ويسر القراءة ... وغيرها من البحوث والدراسات التى تعتمد بداية على وصف المحتوى الظاهر كأساس لبناء الدراسات اللغوية بعد ذلك .

٧- الكشف عن أساليب الممارسة، ووصف مهارات العرض والتقديم وبناء الشكل والتصميم واختيار القوالب الفنية للنشر أو الإذاعة .

ثانيًا: التحليل الإستدلالي للمحتوى

ويتجاوز الاستخدامات في هذا الإطار حدود الوصف إلى الاستدلال عن حركة المتغيرات الأخرى ذات العلاقة بانتقاء المحتوى وبنائه باعتبارها تأثيرات في اختيار الرموز وبناء المعاني لتحقيق أهداف معينة، بحيث يشكل بناء الرموز ودلالات المعاني وعلاقاتها الظاهرة الإعلامية التي يستهدف الباحثون دراستها .

وهذا ما يفرض على الباحث تجاوز عملية الرصد فقط أو الملاحظة المجردة لما هو منشور أو مذاع، إلى التسجيل الناقد والملاحظة الواعية لهذه العلاقات .

وهنا تبرز أهمية التحليل الكيفي المصاحب للتسجيل والرصد الكمي لتكرار الملاحظة أو الحدوث في المحتوى المنشور أو المذاع . حيث يعتمد التحليل في هذه الحالة على الاستقراء *Induction* ورصد الكل لبناء هياكل جديدة من العلاقات تلقي الضوء على حركة الظاهرات الإعلامية واتجاهاتها مثل تفسير الدعوة إلى التطبيع من خلال زيادة تكرار نشر أو إذاعة الرموز اللغوية التي تشير إلى ثقافة السلام . قبول الآخر ... وغيرها . أو يعتمد على الاستدلال *deduction* وقراءة تكرارات النشر والإذاعة في إطار النظريات والتعميمات القائمة مثل نظريات إعادة تشكيل الحقائق الإجتماعية والبناء الرمزي، ونظريات الغرس الثقافي والتأثير من خلال أجندة الوسائل الإعلامية التي يكشف التحليل عن اتجاه الوسيلة الإعلامية في ترتيب موضوعاتها أو الشخصيات أو المصادر ... إلى آخره . مما يخضع للمقارنة مع أجندة جمهور المتلقين .

وكل هذا يبدأ - كما سبق أن أوضحنا في الباب الأول - من السياسات والأهداف المؤسسية وعلاقاتها بالقوى ومصادر الدعم والتمويل، وكذلك علاقاتها بتخطيط النشر والإذاعة من خلال الإسهامات المهنية للقائم بالاتصال وعلاقاته واتجاهاته والعوامل المؤثرة في بناء هذه العلاقات والإتجاهات التي تؤثر بالتالي في المنتج النهائي - محتوى الإعلام - بالمعنى والشكل الذي نشر أو أذيع به لتحقيق أهداف معينة .

وفى هذا الإطار يمكن رصد العديد من نماذج الاستخدامات التى يمكن تحقيق أهدافها من خلال تحليل المحتوى كالآتى :

١- علاقة الظاهرة الإعلامية بالمجتمع والظاهرات الإجتماعية الأخرى . مثل :

- الكشف عن السياسات والأهداف العامة المستترة، والتى لا يتم توثيقها فى الممارسات الإعلامية . مثل ضبط المعلومات، واتجاهات الرقابة على النشر، والممارسات الدعائية، أو ترويج الأفكار والشخصيات . وغيرها من الأمثلة التى يمكن الاستدلال عنها من خلال تحليل محتوى الإعلام والكشف عن الحقائق والرموز التى يعكسها هذا المحتوى .
- دراسة محتوى الإعلام باعتباره أحد مداخل تحليل النظم سواء فى دراسة البناء المؤسسى لوسائل الإعلام، أو النظم السياسية والاقتصادية والإجتماعية التى يعكس محتوى الإعلام معالمها . باعتباره أحد المعالم الثقافية لهذه المجتمعات . ولذلك فإنه فى هذا الإطار يمكن الكشف عن اتجاهات التغير الثقافى ، أو محاكاة النماذج الثقافية الأخرى وتأثير ذلك على البناء الثقافى والإجتماعى فى المجتمع . ويمكن فى هذه الحالة استخدام تحليل المحتوى فى إطار تحليل الغرس، أو الكشف عن النماذج أو بناء الحقائق الإجتماعية، أو التبعية الإعلامية كما سبق أن ذكرنا .
- تحليل الأدوار التى تقوم بها القوى *Power* السياسية والإقتصادية والإجتماعية فى حركة الظاهرات الإجتماعية، والكشف عن إتجاهات الهيمنة *Dominance* على النشر والإذاعة وعلاقاتها وأهدافها .
- تحليل الأدوار التاريخية للمجتمعات، أو النظم، أو القوى من خلال الأقوال والأحداث التى تناولتها الصحف بالذات فى محتواها بإعتبارها من وثائق المراحل التاريخية التى يمكن الإعتماد عليها فى حالة غياب المصادر التاريخية الأولية .

٢- الكشف عن خصائص القائم بالإتصال فى وسائل الإعلام باعتبار أن المحتوى يمثل بصمات الكاتب فيعكس إتجاهاته وأفكاره ومعتقداته ومهاراته والمصادر التى يتعدد الرجوع إليها والاستشهاد بها وكثافة أو شدة الإتجاه أو المعتقدات بالإضافة إلى التغير فى هذه الأنماط الثقافية لدى القائم بالإتصال، بما يعكس اتجاه علاقاته والعوامل المؤثرة فى بناء هذه الإتجاهات والمعتقدات .

وهذه الأمثلة بجانب أنها تفيد فى التعرف على خصائص القائم بالإتصال فإنها تعكس أيضاً من خلال الاتفاق والاختلاف مع آخرين فى وصف خصائص المجتمع والمرحلة التى يخضع فيها المحتوى للتحليل . أو الحكم على الاتفاق فى المهارات أو الممارسات الإعلامية بوجود أو غياب المدارس المختلفة فى العرض والتقديم والنشر والإذاعة وبناء الرموز الإعلامية وغيرها مما يتفق عليها المجموع فى إطار فكر المدرسة الإعلامية الواحدة .

٣- ويعكس الاستدلال عن خصائص المتلقين، خصائص المجتمع والأنماط الثقافية السائدة فى المجتمع الكل أو بين فئات جمهور المتلقين ، ويمكن الاستدلال عنها من المحتوى الموجه إلى هذه الفئات، أو ماتكتبه هذه الفئات فى الأبواب والزوايا المتخصصة مثل بريد القراء أو رسائل إلى المحرر ، أو إتجاهات الحوار مع المستمعين أو المشاهدين فى البرامج الحوارية أو برامج المسابقات أو اللقاءات الإذاعية والتليفزيونية .

وكذلك تعكس هذه الخصائص والسمات الأهداف التى يسعى المجتمع إلى تحقيقها ووسائل تحقيقها فى مرحلة من المراحل التاريخية، والتى تعتبر من المؤشرات الثقافية التى تميز هذه المراحل مثل ملامح المجتمع المصرى فى الستينات والسبعينات والفرق بينهما فى الأهداف والوسائل وطرق تحقيق هذه الوسائل والغايات بإعتبارها من المؤشرات أو الأنماط الثقافية .

وتحليل محتوى الإعلام للاستدلال عن خصائص أو سمات المتلقين، أو الأنماط الثقافية والتغير فيها، يواجه بعدد من التحفظات التى ترتبط بصعوبة الاستدلال عن تلك الخصائص، لعدم وضوح العلاقة بين محتوى الإعلام وخصائص القراء، وتأثير ذلك على صدق النتائج وتفسيراتها .

وهذه الصعوبة تقل كثيراً فى الصحف والبرامج أو المحطات والقنوات المتخصصة التى ترجه محتواها لفئات معينة ترتبط بهذا التخصص، حيث أن اختيار الرموز وبناءها لابد أن يتفق إلى حد بعيد مع سمات المتلقين واتجاهاتهم وآرائهم . ويرى هولستى أن هناك ثلاثة أنماط لتفسير العلاقة بين المحتوى وخصائص جمهور المتلقين وسماته تتمثل فى الآتى :

- إن الكاتب أو المحرر يقدم نصوصاً متباينة لفئات متباينة من جمهور المتلقين

وفى هذه الحالة يمكن تقرير العلاقة بين التباين فى المحتوى والتباين فى فئات جمهور المتلقين .

- أن يعكس محتوى الإعلام القيم الأساسية لمختلف فئات المتلقين، وهذه تعتبر المدخل الوظيفى فى بناء المحتوى واختيار رموزه .
- إن محتوى الإعلام يسهم فى تشكيل القيم والميول الخاصة بجمهور المتلقين وهذه ترتبط بتأثيرات الإعلام، التى يجب دعم نتائجها من خلال التحليل وأدوات أخرى .

٤- وفى مراحل سابقة كان يسود الاعتقاد بصعوبة الاستدلال عن تأثيرات وسائل الإعلام، وعدم القدرة على فصل تأثيراتها عن التأثيرات الإجتماعية الأخرى، إلا أن النظريات الحديثة قدمت العديد من الأدلة على قوة وسائل الإعلام وتأثيراتها فى المجتمع وقدمت الدليل على ذلك من خلال نظريات التفاعل الرمزى والغرس، وترتيب الأولويات ونظريات التسويق الإجتماعى وغيرها التى استندت بداية على وجود هذا التأثير . بل إن اتجاهات المدرسة النقدية دعمت تحليل محتوى الإعلام لتأكيد التفسيرات الخاصة بالهيمنة أو السيطرة أو النفوذ التى تمارسه القوى السياسية والإجتماعية على وسائل الإعلام وتوجيه محتواها لتحقيق مصالحها .

الخطـــوات المنهجيـــة لتحليل محتوى الإعــلام

يعتمد تحليل المحتوى عند توظيفه لدراسة المشكلات العلمية على عدد من الخطوات المنهجية، بعضها ينتمي إلى خطوات المنهج العلمى العام، أو البحث العلمى بصفة عامة،والأخرى تميزه عن غيره من المناهج،وتعتبر من سماته الأساسية.

وتبدأ الخطوات المنهجية العامة شأنها شأن أى منهج آخر بالخطوة الأساسية الأولى فى البحث العلمى وهى تحديد المشكلة العلمية، والتى تدور عادة فى إطار من إطارات الاستخدام سابقة الذكر، أو تقترب منها فى المعنى أو الهدف . وتتميز المشكلة العلمية فى هذه الحالة بتمثيل المحتوى المنشور وسماته كعنصر من عناصر المشكلة، أو متغير من متغيراتها، يخضع للبحث والدراسة فى إطار الوصف المجرد، أو فى إطار العلاقات الفرضية مع متغيرات أخرى .

وبينما ينتقل الباحث فى خطوات البحث العلمى، بعد ذلك ، إلى صياغة الفروض العلمية أو طرح التساؤلات، ثم تحديد مجتمع البحث واختيار نظام العينات . فإنه فى تحليل المحتوى يجب أن يسبق ذلك خطوة أساسية، تسهم بقدر كبير فى تيسير إجراءات التحليل وتأكيد صدقها، وثبات نتائجها، وهى خطوة التحليل المبدئى .

وبذلك تكون الخطوات المنهجية فى تحليل المحتوى كالآتى :

أولاً : الخطوات المنهجية العامة . وتشمل :

١- الإحساس بالمشكلة وتحديدها .

٢- التحليل المبدئى .

٣- صياغة الفروض العلمية أو طرح التساؤلات .

٤- تحديد نظام العينات .

والتحليل المبدئى *Preliminary Analysis* هو تحليل كيفى، يتم على عينات أصغر من الوثائق، لتحقيق عدد من الوظائف المرتبطة بإجراءات التحليل ونتائجه، بالإضافة إلى الوظائف الخاصة بالاقتراب من المشكلة العلمية وفروضها، بوصفه قريباً من مفهوم الدراسة الاستطلاعية التمهيدية لمشروع التحليل الكلى .

وفى الإطار الخاص بالاقتراب من المشكلة العلمية وفروضها، فإن التحليل المبدئى يسهم فى التحديد الدقيق للمشكلة وصياغة العلاقة بين عناصرها، بالاضافة إلى أسهامه فى تأصيل الفروض العلمية المصاغة؛ والتأكد من صلاحيتها للاختبار.

أما وظائف التحليل المبدئى التى تسهم فى صياغة مشروع التحليل النهائى وإجراءاته، فإنه يمكن تلخيصها فى الآتى :

- صياغة مشروع الترميز، والذى يشمل تحديد وحدات التصنيف، ووحدات التحليل، ووحدات العد والقياس .
- استثارة الأساليب الإحصائية أو الرياضية للعد والقياس، وتحديد القيم والأوزان الخاصة بالوحدات .
- تصميم استمارة التحليل، وجدولة الفئات، والوحدات، وتقرير أساليب عرض البيانات الكمية وعقد المقارنات .

- صياغة إجراءات الصدق المنهجي، ووضع المعايير الخاصة بتحقيق واختبار صدق الإجراءات، وصدق النتائج، وبصفة خاصة فى الدراسات الخاصة بالاستدلال، أو التحليل الاستدلالى .

وفى هذه الأحوال يمكن الاستفادة من الخطوات المنهجية للبحث النقدى، الذى يعنى جمع الأدلة عن عناصر المشكلة أو الظاهرة وحركتها فى السياق العام، وتقويمها. لاتخاذ القرارات الخاصة برفض أو قبول البيانات المرتبطة بها - كما سيأتى بعد - وبالتالى التأكد من صدق الاعتماد عليها فى دراسة المشكلة أو الظاهرة .

وبالإضافة إلى تحقيق الوظائف المرتبطة بالإطار النظرى للبحث وأهدافه، والوظائف المرتبطة بالإطار التطبيقى وصياغة مشروع التحليل النهائى، بالإضافة إلى ذلك فإن التحليل المبدئى يحقق نوعًا من الألفة بين الباحث ووثائق التحليل وبياناتها، تسهم فى تطوير الاتجاهات الفكرية والعلمية للباحث، وتسهم فى تجاوز الصعوبات الخاصة بضخامة هذه الوثائق، وبياناتها، بجانب دعم المهارات المنهجية واللغوية والإحصائية التى تعتبر ضرورة من ضرورات التحليل الكمى للمحتوى .

ثانيًا : ترميز بيانات التحليل

والمقصود بترميز بيانات التحليل مجموعة الخطوات، التى يتم من خلالها تحويل الرموز اللغوية، فى المحتوى المنشور، إلى رموز كمية، قابلة للعد والقياس . وهذه الخطوات المنهجية هى التى تميز هذا المنهج عن غيره من مناهج البحث العلمى . ذلك أنه لايتعامل مع الرموز اللغوية فى الوثائق فقط، ولكنه يتعامل معها فى إطار كمى، حتى أن الصفة الكمية أصبحت تميزه، دون أن تكون من محددات اسم المنهج أو عنوانه، وأصبحت هذه الصفة من المتطلبات الأساسية للتحليل فى استخداماته المعاصرة .

وتشمل عملية ترميز البيانات ثلاث خطوات أساسية :

- تصنيف المحتوى إلى فئات، حسب أهداف الدراسة، وهذه الفئات يمكن عدها أو قياسها مباشرة، أو عد الوحدات التى تشير إليها وتسهم فى تحديدها .
- تحديد الوحدات التى يتم عدها أو قياسها مباشرة، لتحقيق أهداف الدراسة، ويطلق عليها وحدات التحليل .

- تصميم استمارة التحليل، التى يتم بواسطتها جمع بيانات التحليل . أو بمفهوم التحليل: تسجيل الفئات، ووحدات التحليل التى يتم عدها أو قياسها .

٥- التصنيف وتحديد الفئات

وتهدف هذه المرحلة إلى تقسيم المحتوى فى عينة الدراسة، إلى أجزاء ذات خصائص أو سمات أو أوزان مشتركة، بناء على معايير للتصنيف يتم صياغتها مسبقًا. وهذه الاجزاء يطلق عليها فئات *Categories* ، وهذه الفئات تعتبر بعد ذلك وحدات يضاف إليها كل ما يتفق معها فى الخصائص والسمات والأوزان .

وتعتمد معايير التصنيف *Classification Criteria*، التى يتم تقسيم المحتوى إلى فئات بناء عليها ، تعتمد على حدود الإطار النظرى لمشكلة البحث أو الدراسة ، والعلاقات الفرضية أو اتجاه التساؤلات، وكذلك إطار النتائج المستهدفة من البحث .

وتتطلب عملية التصنيف وتحديد الفئات توافر عدة شروط، حتى يتحقق لهذه الفئات الصدق المنهجى ... وهذه الشروط هى :

- تحقيق استقلال الفئات، وهذا يعنى ألا تقبل المادة التى تم تصنيفها فى إطار فئة معينة، التصنيف فى إطار فئة أخرى. مثل تصنيف الموضوعات الخاصة بمقاومة التطرف الدينى، والتى يتم تصنيفها على أساس أنها موضوعات أمنية، بينما يمكن تصنيفها فى نفس الوقت فى إطار الصحوة الدينية.. وهكذا.

ولذلك يجب تحديد معالم الفئات بدقة شديدة، بحيث يمكن تمييزها بسهولة ويسر، وبصفة خاصة خلال مرحلة إجراء اختبارات الثبات .

- أن يكون نظام الفئات شاملاً، ويعنى تحديد الفئات بحيث نجد لكل مادة فى المحتوى - محل التحليل فئة تصنف فى إطارها . وذلك حتى لانجد فى الفئات فئة «أخرى ...» التى تتسع لكل مالا يمكن للباحث تصنيفه، ويشكل يؤثر على صدق النتائج وثباتها .
- ويضاف إلى الشروط السابقة،كفاية أو ملاءمة نظام الفئات لأهداف الدراسة، بحيث يمكن أن تجيب على تساؤلات الدراسة،أو تسمح باختبار الفروض، وكذلك أن تكون الفئات قابلة للتطبيق،وتضيف شيئًا عن العملية الإعلامية بصفة عامة والصحفية خاصة، بالإضافة إلى مرونة هذا النظام،وقابليته للعمل مع ما تستجد

من مواد أو معان خلال مرحلة تحليل الوثائق (G.H. Stempell 111,81:123-124).

وتحقيق هذه الشروط يعتمد بالدرجة الأولى على مهارة الباحث النظرية والتطبيقية من جانب، والاستغلال الأمثل لمرحلة التحليل المبدئى، التى يتم خلالها إتخاذ القرارات الخاصة بالترميز، ومنها تحديد نظام التصنيف .

وهناك عدد من الفئات التى استخدمت فى بحوث كثيرة، وأصبحت مرشداً لكثير من الباحثين فى تحليل المحتوى، ويتم تقسيم هذه الفئات من حيث اتجاهها، يتم تقسيمها إلى قسمين رئيسيين :

الأول : يمثل مجموعة الفئات التى تصف المعانى والأفكار التى تظهر فى المحتوى، وهى الفئات التى تهتم بإجابة السؤال: ماذا قيل...؟

والثانى: يمثل مجموعة الفئات التى تصف كيفية أو أسلوب تقديم أو عرض المحتوى، وتهتم بإجابة السؤال: كيف قيل ...؟

ومن فئات المجموعة الأولى أو القسم الأول :

- فئة الموضوع، والتى تستهدف الإجابة على السؤال: علام يدور محتوى الصحف، وتستخدم أساساً بغرض الكشف عن مراكز الاهتمام فى المحتوى بالموضوعات المختلفة التى تعرضها الصحف .

مثل تقسيم الموضوعات إلى موضوعات سياسية/ اقتصادية. عسكرية/ دينية/ رياضية/ إجتماعية.... إلى آخره .

أو تقسيم الموضوعات السياسية إلى موضوعات فرعية : معاهدات/ قرارات سياسية/ منظمات دولية/.... إلى آخره .

وفى هذه الحالة قد تعتبر الفئات هى نفسها وحدات التحليل التى يتم عليها العد والقياس من خلال التكرار أو تقدير القيمة - كما سيأتى بعد - أو يتم عد وحدات تحليل فى بناء الموضوع مثل عد "الفقرات" أو "الجمل" لتقرير صفة فئة الموضوع بدقة خصوصاً فى الموضوعات التى تتناول أكثر من فكرة واحدة داخل الموضوع، مثل موضوعات الاتفاقيات الدولية والعائد منها والتى قد تتضمن أكثر من جانب فى تسجيل أو رصد أشكال العائد وأنواعه والذى قد يكون اقتصادياً أو عسكرياً .. فيتم تصنيفه فى الإطار الغالب فى العد وقياس وحدات التحليل .

- **فئة الاتجاه** ، وهى من أكثر الفئات شيوعاً ، حيث يتم تصنيف المحتوى بناء على المشيرات أو المحدودات المختلفة إلى مؤيد/ معارض ، إيجابى/ سلبى ، ولأغراض التصنيف الدقيق والتباين بين أوزان أو كثافة التأييد أو المعارضة يمكن التصنيف إلى ست فئات رئيسية وهى: اتجاه ايجابى مطلق/ اتجاه ايجابى نسبى/ اتجاه متوازن/ اتجاه سلبى مطلق/ اتجاه سلبى نسبى/ اتجاه صفرى .

وتعكس صفة الاتجاه قدر التركيز على الجوانب الإيجابية أو السلبية بصفة كاملة أو نسبية أو متوزان عند عرض الجوانب الإيجابية والسلبية بنفس القدر أو نفس القيمة .

أما الاتجاه الصفرى وهو العرض الذى لايظهر فيه أى جانب من الجوانب الإيجابية أو السلبية للأشخاص أو الوسائل ذات الاتجاه المعلن دائمًا فى غير موضوع الاتجاه، بينما يمتنع عن اتخاذ رأى أو اتجاه فى الموضوع وتظهر الحالة الأخيرة فى حالات الترقب أو الانتظار أو دراسة موضوع الاتجاه. ويعتبر التحيز المسبق لدى الباحث نحو الأشخاص أو الموضوعات من صعوبات تحليل اتجاهات المحتوى، مما يتطلب الحذر والدقة فى تحديد الأوزان والمعايير التى يتم على أساسها تحديد الاتجاه.فالموضوعات المؤيدة هى التى تعكس الجوانب الإيجابية فى موضوع الاتجاه والعكس للاتجاه المعارض .

ويثير تصنيف الاتجاه العديد من المشكلات المرتبطة بتحديد معايير التصنيف وأوزان الفئات للتفرقة بين مستويات التأييد أو المعارضة. ولذلك يعتبر الاهتمام بوحدات التحليل فى مرحلة سابقة على تصنيف الاتجاه مطلبًا ضروريًا لصدق البحث ونتائجه . لأن التصنيف يتم عادة بناء على ظهور أو غياب مؤشرات معينة مثل عدد الفقرات أو الجمل التى تعكس الاتجاه مثل الاستقرار، والنمو، والمشاركة، أو العكس عدم الاستقرار، التفكك والضعف والفساد والتسيب .... إلى آخره . وهذه المؤشرات هى التى تعتبر وحدات التحليل التى يتم عدها وقياسها تمهيداً لتصنيف الاتجاهات بناء على نتائج العد والقياس. ولذلك يتم تحديد وحدات التحليل أو قياسها ، بالاضافة إلى تحديد الأوزان ودرجات الشدة أو الميل التى تعكس كثافة الاتجاه .

- ويرتبط بالفئات السابقة، **فئة المعايير**، التى يتم على أساسها التصنيف، مثل التركيز على درجات الولاء/ أو سمات المجتمع/ أو تكرار الألفاظ والعبارات

الدالة مباشرة على الاتجاه ... إلى آخره .

- ومن مجموعة الفئات الشائع استخدامها **فئة القيم السائدة** لدى المجتمعات أو الأفراد ، وكذلك **فئة الأهداف** التى تسعى المجتمعات إلى تحقيقها ، وكذلك الأفراد ، بالإضافة إلى **فئة وسائل أو طرق تحقيق هذه الأهداف والغايات** .

وبذلك فإن دولة مثل إسرائيل تستهدف التوسع الاستيطانى، كفئة من فئات الأهداف، وتسعى إلى تحقيق الهدف بالقوة المسلحة، كوسيلة من وسائل تحقيق الأهداف . وكذلك قد يسعى الفرد إلى الثروة، أو السلطة، أو المركز الاجتماعى ... وقد يستعين بالوسائل المشروعة أو غير المشروعة ... وهكذا .

- ويمكن استخدام **فئة السمات أو الخصائص** لوصف المجتمعات أو الأفراد .

- وكذلك استخدام **فئة الفاعل**، لتحديد الشخصيات التى تقوم بأدوار فى أحداث أو وقائع معينة .

- وتستخدم أيضًا فئة **المصدر أو المرجع أو السلطة**، لتحديد مصادر المحتوى، والاجابة على الأسئلة المرتبطة بالتأثير فى اتجاهات المحتوى ومراكز الاهتمام فيه .

- **ويستخدم التصنيف الجغرافى فى فئة منشأ الحدث أو المعلومات**، للإجابة على الأسئلة الخاصة بتحديد مراكز اهتمام المحتوى بالأماكن أو الاقاليم، أو المناطق الجغرافية فى العالم .

أما المجموعة الثانية أو القسم الثانى من التقسيم العام للفئات الشائع استخدامها ، فهى الفئات التى يتم من خلالها وصف أسلوب العرض أو النشر ، وكذلك الاقناع ، ومن هذه الفئات: فئة شكل النشر، وتتناول التقسيم على أساس فنون الكتابة الإعلامية أو فنون العرض والتقديم لمحتوى الموضوعات المختلفة، وكذلك استخدام العبارات التى تعبر عن الآمال أو الأعمال ، أو التعريف والتفضيل، أو الحقائق والأمانى، أو الاستشهاد بالماضى أو الحاضر .

ومن فئات الشكل أو الأسلوب أيضًا استخدام العبارات الدالة على كثافة الاتجاهات أو شدتها ، وهى فئة الانفعالية، والتى تشير إلى العبارات الدالة على التوكيد، أو التفضيل، أو الرفض، .... إلى آخره .

وذلك بالإضافة إلى أساليب أو وسائل الاقناع ، مثل الاستمالات العاطفية أو

العرض غير المتوازن للأفكار، أو الاستشهاد بالمراجع الخاطئة أو غير الدقيقة، أو العكس . **وهذه الفئات بأنواعها ، ليست فئات نمطية ، ولكنها تعتبر مجرد أمثلة للاستشهاد بها ، واتخاذها دليلاً في عملية التصنيف وتحديد الفئات .**

٦- تحديد وحدات التحليل

وهي الوحدات التي يتم عليها العد أو القياس مباشرة . وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى ، الذي يبدأ بالفكرة، ثم يتم اختيار الوحدات اللغوية للتعبير عن هذه الفكرة وصياغتها ، وبعد ذلك يأخذ المحتوى البناء الذي ينشر فيه على الصفحة أو يذاع في الراديو أو التليفزيون .

ولذلك يمكن تحديد وحدات التحليل كالآتي :

- وحدات اللغة : وتشمل الكلمة التي تعتبر أصغر الوحدات وأسهلها استخداما في عملية الترميز، وعادة ما يوفر استخدامها عنصر الثبات في النتائج نتيجة الاتفاق على محددات الكلمة وتعريفها، ثم الجملة التي تضم عدداً من الكلمات، والفقرة التي تضم عدداً من الجمل .
- وحدات الفكرة ، وهي أكثر شيوعاً في تحليل المحتوى ، لأن تناولها يفيد في تحديد أكثر الفئات استخداما في الكشف عما يقوله المحتوى .
- وحدات الشخصية ، حيث يسهل وضع توصيف للشخصيات التي يتناولها الكتاب في أعمالهم أو الأفكار المرتبطة بها ، وكذلك وصف وتحديد الصورة الذهنية عن الأفراد والمجتمعات .
- وحدات مفردات النشر والإذاعة ، وهي الأشكال التي تستخدمها الصحف في نقل المعاني والافكار، مثل المقالات، والتحقيقات، والأحاديث، والرسوم، الكارتون.. إلى آخره،أو البرامج الإخبارية أو الحوارية واللقاءات والدراما وغيرها من الأشكال التي يستخدمها الراديو أو التليفزيون في عرض المحتوى.

ويجب التفرقة في تحديد وحدات التحليل بين مستويين ، لأغراض تحقيق الصدق والثبات المنهجي في عملية التحليل .

- **وحدة التسجيل ،** وهي أصغر وحدة في المحتوى يختارها الباحث لأغراض التحليل ، ويخضعها للعد والقياس ، ويعبر ظهورها أو غيابها، وتكرارها، عن دلالة معينة في رسم نتائج التحليل، مثل الكلمة، والجملة ، والفقرة .

- وحدات السياق ، وهى وحدات لغوية داخل المحتوى، تفيد فى التحديد الدقيق لمعانى وحدة التسجيل التى يتم عدها أو قياسها . فهى الوحدات الأكبر التى يتكون بناؤها من وحدات التسجيل ، فإذا كانت الكلمة وحدة تسجيل فإن الجملة تصبح وحدة السياق ، التى يجب أن تقرأ بعناية لتحديد مدلول الكلمة وترميزها فى المكان الصحيح . وكذلك تعتبر الفقرة وحدة السياق للجملة ، وكذلك الموضوع بالنسبة للفقرات .

ولايقلل من أهمية وحدات التحليل أن يقع العد والقياس على الفئات نفسها ، مثل فئات موضوع المحتوى ، التى تستهدف الكشف عن مراكز الاهتمام ، أو فئات السمات وغيرها . ذلك أنه فى مثل هذه البحوث تصبح الفئات نفسها هى وحدات التحليل ، وكذلك هى وحدات العد ، عندما يكون رصد تكرار الظهور هو الوسيلة الوحيدة للعد والإحصاء .

٧- تصميم استمارة التحليل

يتم استخدام استمارة التحليل خلال عملية الملاحظة، ورصد أوتسجيل البيانات والوحدات التى يتم عليها العد أو القياس .

وتعتبر هذه الاستمارة فى حد ذاتها إطارا متكاملا للرموز الكمية بكل وثيقة من عينة وثائق التحليل - الصحف أو الصفحات - ولذلك يقوم الباحث بتصميم هيكلها العام بحيث تشمل الأقسام التالية :

- البيانات الأولية عن الصحيفة ، مثل رقم العدد ، وتاريخه ، وعدد صفحاته .
- فئات التحليل .
- وحدات التحليل ، وهى نفسها وحدات العد فى حالة استخدام التكرار كوسيلة للرصد والتسجيل .
- وحدات القياس ، فى حالة عدم الاعتماد على التكرار كوسيلة للعد والقياس . مثل قياس المساحة أو الزمن .
- ملاحظات يسجل فيها الباحث البيانات الكيفية التى لايسمح تصميم الاستمارة بتسجيلها تسجيلا كميا .

وتعتبر بعد ذلك الجداول التفريغية جزءاً مكملا لاستمارة التحليل ، بحيث تختص الاستمارة الواحدة بوثيقة واحدة من وثائق التحليل وتضم بياناتها الكمية ،

ويهتم الباحث أيضًا بتصميم هذه الجداول ويفرغ فى كل منها مجموعة البيانات الخاصة بمجموعة الوثائق ذات الخصائص أو السمات الواحدة ، مثل الوحدات الزمنية، أو وحدات التصنيف الرئيسية أو غيرها من المعايير التى يتم تصنيف الوثائق على أساسها تبعًا لأهداف الدراسة .

٨- تحديد أسلوب العد والقياس

يعتبر التصنيف الذى يضعه الباحث لكل من فئات التحليل ، ووحدات التحليل، الأساس الذى يعتمد عليه فى تحديد أسلوب العد والقياس ، ذلك أن التعامل مع الوحدات الكبيرة مثل الموضوع يختلف عن التعامل مع الوحدات الأصغر كالجمل والكلمات ، وإن كان هذا لايمنع من استخدام تكرار النشر فى جميع الحالات كمقياس لهذه الوحدات .

ويصطدم التكرار فى حالات عديدة بصعوبة تعبيره عن القيمة أو الوزن المقارن وعلى سبيل المثال لايمكن أن نقارن بين الموضوعات الفئوية على أساس تكرار النشر ، دون أن نضع فى اعتبارنا مساحة وموقع النشر، التى تعكس القيمة الحقيقية للموضوع أو تؤكد الاتجاه فى الوسيلة الإعلامية .

ولذلك تشير هذه المرحلة عند الباحث محاولة اكتشاف العلاقة بين المتغيرات الخارجية المصاحبة للموضوع عند النشر مثل المساحة ، والموقع من الصفحة أو الصفحات وكذلك مساحة العنوان .

٩- جمع البيانات الكمية

وتتم هذه الخطوة على مرحلتين : الأولى وتستخدم فيها استمارة التحليل لجمع البيانات الخاصة بكل وثيقة ، الثانية يتم فيها تصنيف الاستمارات إلى مجموعات طبقا لمعيار التصنيف الذى يراه الباحث، مصدر/ زمنى/ فئة من الفئات ...... إلى آخره . ثم تفريغ هذه المجموعات فى الجداول التفريغية الخاصة بكل تصنيف على حدة . وذلك لتسهيل استخراج النتائج وعرضها بإحدى الطرق الإحصائية .

١٠- استخراج النتائج وعرضها إحصائيًا .

١١- إجراء اختبارات الثبات والصدق .

ونظرا لأهمية اختبارات الثبات والصدق فى التحليل الاستدلالى ، فإنها

تعتبر من الخطوات الأساسية لعملية التحليل ، وتتم أثناء العمل ، وبعد استخراج النتائج وقبل التفسير ، بالأسلوب الذى يتفق مع كل مرحلة .

١٢-التفسيروالاستدلال

وهى المرحلة الاخيرة التى يجيب فيها الباحث على كل التساؤلات المرتبطة بأهداف الدراسة ، ذات العلاقة بمحتوى الصحف .

تقدير قيمة الموضوعات وتحديد مراكز الإهتمام

هناك العديد من المؤشرات التى تركز عليها الوسيلة الإعلامية لتأكيد اهتمامها بمحتوى معين أو اتجاه ما، والذى يعكس سياستها الإعلامية وأهدافها . ومن جانب آخر يسهل على المتلقى من خلال ملاحظة هذه المؤشرات الاستدلال عن هذا الإهتمام والكشف عن اتجاهات السياسة الإعلامية نحو الموضوعات أو المواقف أو الأشخاص .

ويتصدر هذه المؤشرات فى عملية الإخراج والإعداد للنشر أو الإذاعة ترتيب مواقع المحتوى وفقًا لهذه الأهمية، أو زيادة سعة مساحة النشر أو زمن العرض، وكذلك التباين فى مؤشرات أخرى للعناوين أو المقدمات أو مقاسات حروف الطباعة... وغيرها من عوامل الإبراز وتأكيد الأهمية التى تتفق مع الخصائص الفنية لكل وسيلة إعلامية فى النشر أو العرض والتقديم .

ونظراً لأنه فى حالات عديدة لايصلح التكرار وحده مقياساً للأهمية أو التأكيد خصوصًا فى أحوال المقارنة المنهجية بين الموضوعات والاتجاهات.فإن الباحث يعتمد على تقدير القيم والأوزان الخاصة بعوامل أو مؤشرات التأكيد والإبراز لتعتبر قيماً مضافة إلى تكرار النشر والإذاعة، تعكس فى مجموعها قيمة الموضوعات أو الاتجاهات وتحديد مراكز اهتمام الوسيلة بهذه الموضوعات أو ترتيب اهتمامها بها من خلال ناتج تقدير القيمة أو الوزن الكلى لكل منها بناء على علاقات رياضية بين قيم أو أوزان عوامل التأكيد والإبراز يراها الباحث أو يسترشد بصيغ سابقة وضعها آخرون من قبل .

وهناك العديد من عوامل الإبراز والتأكيد التى يستخدمها المصمم أو المخرج فى عرضه للمادة الإعلامية حسب إمكانيات كل وسيلة مثل التأكيد من خلال

العنوان فى الصحف أو مقدمات الأخبار أو الموضوعات فى الوسائل الإلكترونية الأخرى، أو ترتيب الموضوعات على الصفحات أو تتابعها طبقًا للأهمية فى الوسائل الأخرى، أو مساحة النشر أو زمن العرض والتقديم فى الوسائل الأخرى . بالإضافة إلى عوامل أخرى مثل اللون، أو مقاسات الحروف أو الإطارات، أو اختيار توقيت العرض والإذاعة .... وغيرها من العوامل الأخرى .

إلا أن أهم هذه العوامل والمؤشرات التى نراها هى تحديد الموقع *Location* على الصفحات أو التتابع الزمنى فى العرض والتقديم، وكذلك المساحة والزمن *Space & Time* بالإضافة إلى العنوان *Headline* أو مقدمات الأخبار والموضوعات فى البرامج الإخبارية الإذاعية .

وإذا كانت الوسائل الإعلامية تتفق فى توظيف الموقع أو التتابع وكذلك المساحة والزمن، فإن العنوان بمساحاته المختلفة وأنماط أنواع الحروف ومقاساتها فى الصحف، تتسم به الوسائل المطبوعة أكثر من الوسائل الإلكترونية الأخرى . وإن كانت مقدمات الأخبار يمكن أن تعتبر مؤشراً للإهتمام بالأخبار فى علاقتها بوجود بعضها فى هذه المقترحات وغياب البعض الآخر الذى يذاع فى تفاصيل الأخبار .

ولذلك فإن حساب الأوزان وقيمة الموضوعات يعتمد على تقدير قيمة العناصر الثلاثة الموقع والمساحة والعنوان فى الصحف، ويكتفى بالتتابع والزمن فى الوسائل الإلكترونية الأخرى كالآتى :

الموقع أو التتابع . تميز الجرائد بين ماينشر فى الصفحة الأولى وماينشر من نفس الموضوعات أو الأخبار فى الصفحات الداخلية وكذلك المجلات بين مايتصدر المجلة من مواقع وبين ماينشر فى مواقع متأخرة منها . وكذلك تميز الوسائل الإلكترونية بين الأخبار على سبيل المثال من خلال ترتيب العرض والإذاعة، فما يذاع أولا يعبر عن قيمة بالنسبة لما يليه بعد ذلك . وكذلك تميز هذه الوسائل فى عرض البرامج والدراما من خلال اختيار الفترات التى تتسم بكثافة المشاهدة أو الاستماع للعرض والإذاعة، ويمكن ترتيب هذه الفترات فى علاقتها ببعضها مثل الفترة الصباحية/ فترة الظهيرة/ الفترة المسائية/ فترة السهرة، وتقدير قيمة العرض والإذاعة فى هذه الفترات بناء على نتائج بحوث وتقديرات المشاهدين والمستمعين التى تقوم بها الأجهزة أو الوكالات المتخصصة .

فيمكن بناء على تقسيم المواقع إعطاء قيمة لكل موقع تعبر عن الوزن النسبى فى هذا الإطار . ففى الجريدة على سبيل المثال يمكن تقدير القيم كالآتى :

- أعلى الصفحة الأولى ٤
- أسفل الصفحة الأولى ٣
- صفحة داخلية متخصصة ٢
- صفحة داخلية عامة ١

وفى المجلة يمكن الاكتفاء بثلاثة مواقع فقط كالآتى :

- موقع متقدم ٣
- موقع متوسط ٢
- موقع متأخر ١

وبنفس الطريقة يمكن تقدير قيمة الأخبار من خلال التتابع

- الفئة الأولى ٣ والتى تمثل ثلث عدد الأخبار الأول
- الفئة الثانية ٢ والتى تمثل ثلث عدد الأخبار الثانى
- الفئة الثالثة ١ والتى تمثل ثلث عدد الأخبار الثالث

ويمكن تقدير قيم أوزان فرعية للأخبار الأولى فى علاقتها ببعض : الخبر الأول/ ثم الخبر الثانى فالثالث..... وهكذا .

وبالمثل توقيت العرض والإذاعة بناء على تقديرات المستمعين والمشاهدين، حيث تعطى قيمة أكبر للفترات الأكبر كثافة ثم التى تليها فترة السهرة (٤) . ثم الفترة المسائية (٣) .... وهكذا ، وهذه كلها عبارة عن اجتهادات من الباحث يتم التحكيم عليها واعتمادها من الخبراء .

ولايؤثر فى هذه القيم أو الأوزان ترحيل البقايا إلى صفحات أخرى أو مواقع تالية فى الصحف حيث تعتبر البقايا فى هذه الحالة إضافة إلى عنصر المساحة .

المساحة والزمن:

ويعتبر وضع التقديرات أو الأوزان لهذه العناصر أحد وظائف التحليل المبدئى الذى أشرنا إليه من قبل والذى يعتبر بمثابة دراسة استطلاعية أو تمهيدية للتحليل . وفى إطار هذه الدراسة التمهيدية يقف الباحث على الحدود الدنيا والعليا للمساحة والزمن خلال الوثائق أو التسجيلات التى يبحث فيها فإذا كانت المساحات تتراوح

بين أقل من ١/٤ عمود/ ٥ سم حتى أكثر من ٢ عمود/ ٥ سم فإنه يمكن بناء فئات للمساحة كل ١/٤ عمود وتعطى قيمة تنازلية بداية من المساحة المتوقعة الأكبر وهى أكثر من ٢ عمود على أساس درجة واحد لكل فئة عنها . حتى ١/٤ عمود درجة واحدة حتى ١/٢ عمود درجتان حتى ٣/٤ عمود ثلاث درجات ..... وهكذا حتى ٢عمود عشر درجات . ويمكن اختصار المساحات بالنسبة للموضوعات لكل ١/٢ عمود ومضاعفاتها بنفس الدرجة .

وبالنسبة للمجلة يمكن حساب المساحة - بالإضافة إلى ماسبق- بالنسبة المئوية لصفحات الموضوع منسوبة إلى عدد صفحات العدد الواحد، ثم تحول إلى قيم مطلقة، فالموضوع المنشور فى ثلاث صفحات فى مجلة عدد صفحات ٦٠ صفحة يصبح ٥٪ وتصبح قيمة ٥ درجات وصفحتان ٣.٥درجة وأربع صفحات حوالى ٧ درجة ..... وهكذا . وبنفس الطريقة يمكن حساب زمن عرض الموضوعات على أساس فئات للمساحات الزمنية المتاحة لمفردات المحتوى المذاع بالدقيقة فى الأخبار أو أجزاء الساعة فى البرامج والدراما .

فإذا كان الزمن المتاح فى الدراسة التمهيدية يبدأ بـ ٤٠ ثانية للخبر حتى ثلاث دقائق فإنه يمكن تقدير الدرجات بنفس طريقة تقدير المساحة فى الجريدة . حتى ٤٠ ثانية ١ واحدة حتى ٨٠ ثانية ٢ درجة ..... وهكذا حتى ثلاث دقائق أو أربع دقائق أو أكبر زمن لإذاعة الخبر أو عرضه . ويمكن التقدير بنفس طريقة المجلة، منسوبًا إلى الوقت الكلى للنشرة الإخبارية ثم تحويل النسبة المئوية إلى قيم مطلقة تكون أساسًا لبناء العلاقات الرياضية بعد ذلك .

أما البرامج الإذاعية والتليفزيونية فيمكن ترجيح المساحة الزمنية بوقت العرض أو الإذاعة . ويتم تقدير قيم تعبر عن كثافة المشاهدة حسب توقيت العرض والإذاعة مثل فترة السهرة ٤ درجات/ ثم الفترة المسائية ٣ درجات وفترة الظهيرة درجتان والفترة الصباحية درجة واحدة . وبهذا يصبح هناك :

١-قيمتان تدخل فى حساب تقدير قيمة الموضوعات فى المجلة هما الموقع والمساحة.

٢- قيمتان تدخل فى تقدير قيمة الأخبار فى الراديو والتليفزيون هما التتابع والمساحة الزمنية .

٣- قيمتان تدخل فى تقدير قيمة البرامج والدراما : الموقع أو فترة العرض والإذاعة وكذلك المساحة الزمنية .

أما الجريدة حيث تسهم مساحة العنوان الرئيسى والعناوين الفرعية فى تأكيد قيمة الموضوع وأهميته . فيمكن تقدير قيمة مساحة العنوان بعد دراسة الحد الأدنى لنشر العنوان والذى يكون فى حدود ٢سم/عمود والحد الأعلى الذى يصل إلى ارتفاع ١٠سم/ ٨ أعمدة (العنوان العريض أو المانشيت). فيمكن تقسيم المساحات التى يحتلها العنوان فى الخبر أو الموضوعات إلى فئات يعطى لكل فئة منها درجة تعبر عن قيمتها تتصاعد مع زيادة مساحة العنوان . من درجة إلى حتى ٢٠ درجة على سبيل المثال .

٤- وبذلك يدخل فى تقدير قيم الموضوعات أو الأخبار ثلاث قيم هى : الموقع ومساحة النص ومساحة العنوان . حيث لايمكن الاكتفاء بمساحة النص فقط لأنها فى كثير من الأحوال لاتعبر عن قيمة الأخبار مثل الموقع ومساحة العنوان فى الجريدة .

وبذلك يمكن تقدير قيمة الموضوع الواحد (كوحدة تحليل) من خلال بناء العلاقة الرياضية بين العناصر التى تشارك فى تقدير قيمته سواء كان بجمع قيم هذه العناصر أو حاصل ضربها.

ويمكن حساب قيمة فئة الموضوع كلها فى العينة محل الدراسة بجمع قيمة الموضوعات فى كل عدد ثم فى كل الأعداد أو العينة الزمنية ثم قسمة هذا المجموع عدد مفردات العينة . فإذا رمزنا إلى الموقع بالرمز م ومساحة النص بالرمز س، ومساحة العنوان بالرمز ع وقيمة الموضوع بالرمز ق وعدد مفردات العينة ن .

فإن ق لوحدة التحليل (خبر أو موضوع) = م × س × ع

أو حاصل جمع هذه القيم إذا ما أراد الباحث التعامل مع قيم صغيرة العدد

ق = م + س + ع

ويكون ق ن (للفئة كلها) = $\frac{\text{مج (م + س + ع)}}{\text{ن}}$

أما فى المجلة والأخبار الإذاعية والتليفزيونية حيث يكتفى بالموقع أو التتابع فقط فيمكن تقدير قيمة الخبر الإذاعى أو الموضوع فى المجلة بحساب حاصل ضرب الموقع × مساحة النص أو المساحة الزمنية .

ق لوحدة التحليل فى المجلة (الموضوع) = م × س

$$\text{ق (للفئة كلها)} = \frac{\text{مجـ (م × س)}}{\text{ن}}$$

وبنفس الطريقة يتم حساب قيمة الخبر الإذاعى فى الراديو والتليفزيون، وكذلك حساب قيمة فئة الخبر كلها ، وحساب مراكز الإهتمام بناء على هذه النتائج . أما بالنسبة للبرامج والدراما فيكتفى ببناء العلاقة الرياضية لترجيح وحدات الزمن بوقت العرض والإذاعة الذى يشبه الموقع فى باقى الوسائل الأخرى .

ق للخبر أو البرنامج أو الدراما = م × س

$$\text{ق}_{\text{ن}} \text{ (لفئة الأخبار أو البرامج)} = \frac{\text{مجـ (م × س)}}{\text{ن}}$$

ويمكن الإسترشاد بهذه الصيغ الرياضية المقترحة لتقدير قيمة الأخبار أو الموضوعات فى محتوى الإعلام ، أو اقتراح غيرها حيث لايعبر التكرار وحده عن هذه القيمة ولايسهم الوصف المنعزل لوسائل الإبراز والتأكيد فى تقديرها أيضًا دون أن يتم الربط بينها فى مثل هذه الصيغ لبناء العلاقة الرياضية بين القيم الفرعية التى تدخل فى تقدير قيمة الموضوع أو الفئة كلها . وتحدد بالتالى للباحث أين يقع مركز اهتمام وسائل الإعلام وأيضًا ترتيب هذا الاهتمام بالنسبة لفئات المحتوى التى يتم تقديمها من خلال الموضوع كوحدة تحليل .

قياس الاتجاهات
فى محتوى الإعلام

ربما كان من أصعب الظاهرات الإعلامية التى تواجه الباحث فى مجال تحليل المحتوى هو تحديد الجانب الذى تأخذه الرسالة *Direction* أو الانحياز *bais* ، أو الاتجاه *Trend* من قضية أو موقف معين تحديدا دقيقا من خلال المقاييس الكمية التى تميز منهج تحليل المحتوى .

ذلك أنه اذا كان من السهولة أن يقرر الباحث من خلال الدراسة الكيفية أو الانطباعية اتجاه الوسيلة أو المصدر، إلا أنه يصعب إقامة الدليل على هذا الاتجاه ودرجته وشدته دون إخضاع المحتوى وسماته للضبط الدقيق من خلال المقاييس

الكمية، خاصة مع غياب المقاييس النمطية التى تجعل الباحث يقرر - بدقة وموضوعية - فى وجودها مدى الاتفاق أو الاختلاف معها تمهيداً للتقرير بوجود أو غياب الاتجاه ودرجته وشدته، ولذلك نالت هذه المحاولات اهتمامًا من الباحثين فى مجالات بحوث تحديد الاتجاه فى تحليل المحتوى للوصول إلى صيغة رياضية تسهم فى تخطى هذه الصعوبات، وذلك نتيجة الاعتقاد الراسخ لدى المفكرين بأن تداعى الأفكار والمعانى يعكس لاشعوريًا ما يريد أن ينقله الفرد إلى الآخرين فى شكل من أشكال المحتوى .

ورغم أن نشأة بحوث تحليل المحتوى ارتبطت بداية بدراسة الاتجاهات والرموز الدالة عليها، وأصبحت هذه الدراسات تمثل نسبة كبيرة من مجموع بحوث تحليل المحتوى . إلا أن هذه الدراسات كانت مثاراً للاجتهادات الذاتية، ولم يتم حتى الان الاتفاق حول أساليب تقدير درجة الاتجاه وشدته، لأن هذه الأمور تخضع فى النهاية لطبيعة المشكلة وأهدافها والمحتوى الذى يتم دراسته .

ومن خلال استعراض تراث دراسة الاتجاهات وقياسها فى بحوث تحليل المحتوى نرى :

١- أن أهم ما يميز المراحل المنهجية لتحليل الاتجاهات وقياسها، أن الجزم بتحديد الاتجاه ودرجته، يتم كنتيجة لترميز البيانات والعد والقياس .

٢- أنه وإن كانت فئات الاتجاه تحدد بداية من خلال التحليل المبدئى، إلا أن وصف الاتجاه قد يحتاج إلى استخدام معظم الفئات الشائعة لتصنيف المحتوى حسب فئات الاتجاه .

٣- ليس هناك حدود لمستويات الاتجاه، وإن كان أقلها المستويات الثلاثة (مؤيد *pro* أو معارض *con* أو محايد *neutral*) ولكن قد يصل الباحث إلى استخدام مستويات أكثر حسب طبيعة البحث والبيانات المتاحة .

وقد قدمنا تصنيفا مقترحا لستة مستويات فى فئات الاتجاه، يمكن أن يصيغ الباحث أكثر أو أقل منها تبعا لاحتياجات الدراسة .

٤- يمكن الاسترشاد فى توصيف فئات الاتجاه بالبحوث السابقة، دون أن تكون نمطا ثابتا للتوصيف، لاختلاف طبيعة الدراسات وبياناتها .

٥- نظراً لأن تحديد الاتجاه يكون بمثابة أحكام نهائية، فإنه لايجب الاكتفاء بوحدات التسجيل فقط كمشيرات لتحديد الاتجاه دون أن نأخذ فى الاعتبار وحدات السياق

حتى تكون الأحكام صادقة .

٦- استشارة المقاييس الكمية التى تصلح لتحديد الاتجاهات ودرجتها من خلال عد الرموز وقياسها أمر مرهون بمهارة الباحث فى تأكيد صدق النتائج وثباتها وطبيعة البحث وبياناته .

وتبدأ عملية تحديد الاتجاه بوضع توصيف لكل اتجاه من خلال التحليل المبدئى الكيفى، واختيار المشيرات التى تتخذ كمواصفات لفئات الاتجاه التى سوف يتم تحديدها وقياسها . وحتى يتوفر عامل الصدق والموضوعية فى تحديد هذه المشيرات فإن الباحث يجب أن يلجأ إلى المحكمين وذوى الخبرة للتأكد من تعبير المشيرات عن الاتجاهات المحددة قبل القيام بترميز هذه المشيرات وعدها أو قياسها .

ويرى كارنى (*T.Carney 72:180-181*) أن الانحياز (الاتجاه) يمكن أن يأخذ شكل التعبير المباشر أو غير المباشر، ويمكن أن يشار إليه من خلال الكلمات أو وجهات النظر والمواقف .

ففى البحث اللفظى المباشر يكون من خلال عدد تكرار القيم والأحكام الاصطلاحية المستخدمة، وفى عرض وجهات النظر أو المواقف يكون بتحليل أساليب تبنى هذه المواقف أو جهات النظر .

أما فى غير المباشر فيتم اللفظى من خلال توالى التفاصيل الخاصة بتبرير الأحداث وفى المواقف من خلال السمات الدالة على الحث والتحريض المؤيدة أو المعارضة .

المستوى	مباشر	غير مباشر
لفظى	القيم والأحكام الاصطلاحية	تتابع التفاصيل الخاصة بتبرير الأحداث
الموقف	تبنى وجهات النظر أو المواقف	الحث والتحريض المؤيد أو المعارض

وهذه الأمور مرهونة بكفاية الإطار النظرى للدراسة، وكفاية التحليل المبدئى، وألفة الباحث مع بيانات التحليل والدراسة .

ويجمع الباحثون فى تحليل المحتوى على أن تكرار الرموز وحده لا يكفى فى

تحديد الاتجاهات، ويجب أن نضيف إلى ذلك بعداً آخر للاتجاه وشدته أو كثافته *Intensity* والتى تقيس قوة الرأى أو مدى الاقتناع به، فعبارة «السلام هو السبيل إلى تحقيق الأمن والاستقرار فى المنطقة» تقل فى قوتها عن عبارة «السلام هو أفضل السبل لتحقيق الأمن والاستقرار فى المنطقة» وهذه أقل من عبارة «السلام هو السبيل الوحيد لتحقيق الأمن والاستقرار فى المنطقة» .

فعلى الرغم من أن التكرار سيعطى وزنا متساويا لهذه العبارات الثلاثة الدالة على الاتجاه . إلا أنه من الواضح أن قوة اللفظ والمعانى المستخدمة فى التأكيد تختلف فى كل عبارة عن الأخرى .

وكذلك يمكن أن تشير المتغيرات الخارجية للمحتوى إلى التباين فى درجة الاتجاه وشدته فى حالة اتفاق تكرار النشر .

وليست هناك مقاييس ثابتة لتحديد شدة الاتجاه، ولكنها من الأمور التى ترتبط بمهارات الباحث واستشارته لأساليب تتفق مع طبيعة البحث والمحتوى، مع الاسترشاد بالمقاييس المستخدمة فى البحوث السابقة وتكييفها مع طبيعة البحث وأهدافه .

وهناك العديد من العلاقات الرياضية التى استخدمها الباحثون (سواء من خلال التكرار أو موازين التفضيل فى قياس الشدة) لتحديد الاتجاهات ودرجتها وشدتها .

وأبسط هذه العلاقات هى النسبة المؤيدة لمقاييس الرموز الدالة على الاتجاه منسوبة إلى عدد الرموز الكلية .

فإذا كان لدينا ١٠٠ تصريح أو عبارة فى المحتوى، وكانت عدد التصريحات المؤيدة ٧٠ وغير المؤيدة ١٠ والمحايدة ١٠ والعبارات التى لا تحمل اتجاها ١٠، كان الاتجاه المؤيد يمثل ٧٠٪ وغير المؤيد ١٠٪ والمحايد ١٠٪ والاتجاه الصفرى ١٠٪ .

وقد استخدم جان وليام لابيير *Lapierr, J.W* فى دراسة «التغطية الإخبارية عن دولة اسرائيل فى الصحف اليومية الكبرى» (السيديس ٧٣: ٩١-٩٤) مقياسا مبسطا للوصول إلى نسبة العبارات التعاطفية مع العبارات العدائية من خلال العلاقة بينهما كالآتى :

$$\text{النسبة} = \frac{\text{عدد العبارات التعاطفية}}{\text{عدد العبارات العدائية}}$$

وتفسير النسبة الناتجة لكل موضوع على أساس القواعد التالية، اذا كانت النسبة أعلى من واحد صحيح فمعنى ذلك أن العبارات التعاطفية تزيد عن العبارات العدائية واذا كانت واحد صحيح فهناك تعادل بين العبارات التعاطفية والعدائية، وإذا كانت أقل فالميزان يميل لصالح العبارات العدائية .

أما ريتشارد باد (R. Budd 67: 56) فيقيم علاقة تضم كل وحدات المحتوى بما فيها الوحدات التى ليس لها علاقة بالاتجاهات .

فمعامل الاتجاه يحسب كالآتى :

$$\text{معامل التأييد} = \frac{\text{مربع عدد العبارات المؤيدة} - \text{عدد العبارات المؤيدة} \times \text{المعارضة}}{\text{عدد وحدات المحتوى الكلية} \times \text{عدد الوحدات التى تحمل اتجاها}}$$

$$\text{معامل المعارضة} = \frac{\text{مربع عدد العبارات المعارضة} - \text{عدد العبارات المويدة} \times \text{المعارضة}}{\text{عدد وحدات المحتوى الكلية} \times \text{عدد الوحدات التى تحمل اتجاها}}$$

فإذا كان لدينا ١٠٠ وحدة فى المحتوى ، منها ٧٠ وحدة مؤيدة، ١٠ معارضة، ١٠ محايدة، ١٠ وحدة لا تحمل اتجاها .

$$\text{فإن معامل التأييد} = \frac{(٧٠)^٢ - ٧٠ \times ١٠}{١٠٠ \times ٩٠} = ٠,٤٧$$

وإذا لم يكن هناك وحدات لاتحمل اتجاها أو لم يتم تصنيفها ، فإن المقام يكون مربع عدد الوحدات الدالة على اتجاهات معينة. كالآتى :

$$= \frac{(٧٠)^٢ - ٧٠ \times ١٠}{(٨٠)^٢} = ٠,٦٦$$

ويمكن من خلال نتائج العلاقات الرياضية بين الاتجاهات (كما سبق توضيحه) بناء المجالات بأنواعها ودراسة منحنى الاتجاه خلال الإطار الزمنى للدراسة بما يفيد فى الاستدلال أو التنبؤ بالاتجاهات فى موضوع البحث .

تحليل محتوى
الرموز غير اللفظية

تتعدد الرموز الاتصالية التى تعتمد عليها وسائل الإعلام فى صياغة الرسائل الإعلامية التى تتفق وخصائص جمهور المتلقين . فهى لا تعتمد فقط على الرموز اللفظية وحدها، لكنها تعتمد أيضًا على رموز أخرى غير لفظية تقوم بدور كبير فى تأكيد المعانى والأفكار التى تعكسها الرموز اللفظية من جانب، أو تنفرد بنقل معان وأفكار مستقلة فى رسائل خاصة بها .

فالصحف تعتمد على الصورة الصحفية والرسم بأنواعه وعناصر البناء الشكلى للصفحات التى لايقف دورها عند وظيفة جذب انتباه القارئ أو إثارة اهتمامه، ولكن يتم قراءة الرموز التى تتكون منها الصورة أو الرسم والتكوين وما يحمله من أفكار أو معان، أو يجسد أبعاداً مضافة، أو يركز على شخصيات ووقائع معينة .... وغيرها من الوظائف الإتصالية التى يمكن أن تقوم بها عناصر الصورة أو الرسم أو البناء الشكلى . وكذلك الصورة فى الخبر التليفزيونى التى يمكن أن تقوم بالوظائف المصاحبة للرسائل اللفظية أو الوظائف التى تقوم بها بصفتها المستقلة، وتجسد هذه الوظائف من خلال تجزئ عناصر الصورة ووصفها فى إطار أهداف محددة مسبقًا .

وإذا كانت الصورة فى الخبر التليفزيونى تخضع للدراسة التحليلية أيضًا بوصفها تكوينًا يتم وصف عناصره، فإن البرامج التليفزيونية والدراما يعتبر المشهد بكاملة تكوينًا يضم الرموز اللفظية التى تأتى على لسان المشاركين والرموز غير اللفظية التى تلمسها فى عناصر أخرى تعكس معانى ودلالات مضافة إلى معانى ودلالات الرموز اللفظية . مثل عناصر الحركة فى المشهد، أو الديكور، أو الاكسسوار، وتأثيرات الإضاءة... وغيرها من العناصر التى يعتمد عليها مخرجو هذه البرامج أو المشاهدة الدرامية فى تأكيد المعانى أو الاستقلال بمعان ودلالات خاصة .

- وهذه الرموز غير اللفظية التي تعتبر عناصر أساسية في بناء الرسالة الإعلامية، يتم دراستها أيضاً في إطار أهداف تحليل محتوى الإعلام ووظائفه، مع مراعاة الآتي :

- تحديد الهدف العام من تحليل الرموز غير اللفظية، والتفرقة بين هدف تأكيد المعاني الخاصة بالرموز اللفظية أو دراسة المعاني التي تقدمها الرموز غير اللفظية في إطار مستقل . لأن الهدف الأول يفرض على الباحث الالتزام بصياغة عملية الترميز في إطار مشترك يجمع بين الرموز اللفظية وغير اللفظية . مثل تحديد الفئات وأسلوب التصنيف . بينما يترك الهدف الثاني الحرية للباحث في صياغة فئات جديدة تتسم بها الرموز غير اللفظية مثل الوظائف الخاصة بالصورة والرسم والتي يعكسها التكوين واللون والعلاقات ... وهو ما لانجده بشكل مباشر في البناء اللفظي .

- يعتبر من ضرورات تصنيف الرموز غير اللفظية تحليل عناصر التكوين أولاً للخروج بدلالات تقود الباحث إلى التصنيف، حتى وإن جاء ترتيب التصنيف في عملية الترميز في البداية . وعلى سبيل المثال لايتم وصف الصورة الإخبارية التليفزيونية في الإتجاه المؤيد أو المعارض مالم يتم وصف عناصر التكوين أولاً لتشير بعد ذلك إلى الاتجاه . وكذلك التفرقة بين الصورة التاريخية والجمالية في الصحف لايتم إلا بعد دراسة عناصر التكوين التي تشير إلى أي منها .

وبذلك لايكفي العنوان اللفظي الذي يتصدر مثل هذه الرموز ليكون دليلاً إلى التصنيف أو الوصف .

- وهذا يفرض على الباحث التفرقة بين الصفات التي يتم من خلالها التصنيف، وخصائص الصفات التي يتم عدها وقياسها لأغراض الوصف .

- تدخل المتغيرات الأخرى في تقدير قيمة الرموز غير اللفظية أو تحديد مراكز الإهتمام بها في الوسيلة الإعلامية – وهي نفسها السابق الإشارة إليها من قبل – مثل الموقع والمساحة ويتم التعامل بحذر مع متغير العنوان بإعتباره بناءً لفظياً قد يؤثر في عملية الوصف والتصنيف بينما لايعكس بدقة خصائص الصفات أو عناصر التكوين .

- مراعاة أن الرموز غير اللفظية في وسائل الإعلام ليست مجرد بناء لعناصر فقط

مثل صورة لقاء لعدد من الشخصيات، ولكنها تكوين وصياغة هادفة للعلاقات بين العناصر وبعضها، ولذلك يجب أن يهتم الباحث بمركز التكوين والعمق والعلاقات التي يمكن أن تشير إلى دلالات ومعاني تختلف تماماً عن مجرد رصد العناصر فقط .

وعلى سبيل المثال صورة رئيس الجمهورية في خبر تليفزيوني تقدم رئيس الجمهورية يتحدث علي المنصة، تختلف عن أخرى تعكس حجم الحضور وملامح التأييد .

- مراعاة السياق الخاص بالنشر والإذاعة في عملية التصنيف ورصد خصائص بناء الرموز وتكوينها . وعلى سبيل المثال تختلف دلالة الصور الخاصة بالمآذن في علاقتها بالعمق الذي يعكس إمتدادها إلى السماء، عن الأخرى التي تكون في إطار البناء الكلي للمساجد . فتشير الأولى إلى البعد الروحي في النشر والإذاعة، بينما تشير التالية إلى البناء والعمارة الإسلامية .... وهكذا .

- مراعاة السياسة الإعلامية للمؤسسات التي تنعكس على نشر الرموز غير اللفظية وإذاعتها، وبالتالي يتم الوصف ورصد الخصائص والتكوين في إطارها .
مثل تفسير صورة رئيس دولة معادية بربت على رأس حيوان أليف . فهذه الصورة يتم تفسيرها في إطار السياسة الإعلامية من جانب والسياق العام للنشر والإذاعة من جانب آخر .

وقد قدمت أدبيات الدراسات الإعلامية العديد من البحوث والدراسات التي اهتمت بتحليل مثل هذه الرموز غير اللفظية وبصفة خاصة الصورة الصحفية ووضعت العديد من الأسس والمبادئ الخاصة بتحليل الرموز غير اللفظية يمكن الإشارة إليها بالآتي :

١- **وصف الرموز وتصنيف الصفات في فئات :** وهذا الوصف قد يتفق مع الفئات الشائع استخدامها في التحليل مثل وصف الموضوع أو الوظائف أو الإتجاه . أو تحديد الصفات من خلال فئات تصنيف الرموز ذاتها مثل التصنيف إلى رموز دالة على الشخصيات وأخرى على الوقائع والأحداث، أو رموز تاريخية وأخرى معاصرة، أو رموز واقعية وأخرى تعبيرية .... وغيرها من الصفات التي يمكن أن يستثيرها الباحث في إطار الأهداف التي يسعى إلى دراستها .

٢- **وصف خصائص الرموز غير اللفظية :** مثل عناصر التكوين وأبعاده وأدواته الفنية والتى تمثل وحدات التحليل التى يتم عدها لأغراض الوصف والتصنيف. فوصف الصوره فى الخبر التليفزيونى أو الصحفى بأنها مؤيدة أو معارضة يكون من خلال وصف عناصر الصورة والحركة والانفعالات الخاصة بالأفراد . أو وصف العناصر وخصائصها مثل التركيز على حركة المرور وانتظامها أو التكدس والزحام الخاص بالسيارات على الطرق كدليل مؤيد أو معارض، أو رصد الطرق والشوارع وحالتها للدلالة على النظافة أو العكس.... وهكذا . وكذلك تعكس الطوابير أمام مستودعات أنابيب البوتاجاز مفهوم الأزمة بينما تعكس نفس الطوابير فى محطات المواصلات العامة مفهوم النظام، ولذلك يجب الدقة فى وصف العناصر والتكوين والعلاقات فى الرموز المنشوره أو المذاعة بإعتبارها مؤشرات أو خصائص للوصف العام والتصنيف الذى يتخذ دليلاً للحكم والتفسير بعد ذلك .

وفى هذا الإطار يجب أن يراعى الباحث فى رصد العناصر وخصائصها السياق الذى يحكم انتاج الرموز غير اللفظية ونشرها أو إذاعتها - وهو ماسبق أن أشرنا إليه - وذلك للوصف الدقيق للرموز بصفة عامة وعناصرها بصفة خاصة . وهو مايتفق مع مفهوم وحدات التحليل ورصدها فى إطار وحدات السياق فى تحليل الرموز اللفظية .

وفى إطار التفرقة بين الصفات والخصائص - الفئات ووحدات التحليل - يراعى الباحث التفرقة بين الوصف العام للرمز دون رصد الخصائص مثل تصنيف الصور الصحفية أو التليفزيونية على أساس الموضوع سياسية/ أو عسكرية/ رياضية.... على سبيل المثال . أو الوصف من خلال رصد خصائص الرموز أو رصد عناصرها وخصائصها ، مثل التصنيف إلى إتجاهات مؤيده ومعارضة من خلال وصف عناصر الصورة فى الحالتين وتكوينها وعلاقاتها واتخاذ نتائج رصد العناصر دليلا إلى وصف وتصنيف الرموز ذاتها .

٣- **العد والقياس :** يعتبر رصد تكرار النشر والإذاعة وتسجيله هو الأسلوب المناسب لتقرير النتائج والتفسير فى حالة اعتبار وجود أو غياب الصفة أو الفئة التصنيفية المتغير الوحيد الذى يتم دراسته والحكم من خلاله .

ويتم العد على الرموز ذاتها لتقرير الصفات والتصنيف حسب فئات الوصف والتصنيف، أو يتم على العناصر وخصائصها فى حالة اتخاذ الأخيرة دليلاً إلى التصنيف . مثل عد العناصر التى تشير إلى الفوضى أو النظام كدليل على وصف الرمز فى إطار الاتجاه . أو رصد العلاقات بين العناصر كدليل على وصف الرمز فى إطار القيم .... وهكذا .

أما فى حالة الإعتماد على متغيرات أخرى للحكم بقيمة الرموز أو درجات الإهتمام بها . مثل المساحة والموقع فيتم الاستفادة من الأساليب والعلاقات الرياضية السابق الإشارة إليها فى تحليل الرموز اللفظية .

وبصفة عامة يمكن أن نقرر أنه ليس هناك أسلوب لتحليل الرموز اللفظية وآخر لتحليل الرموز غير اللفظية تحليلاً كمياً، تختلف بينهما الخصائص والخطوات الإجرائية، ولكن الأسس والمبادئ الخاصة بالتحليل وبصفة خاصة عملية الترميز تعتبر واحدة فى الحالتين .

ولكن الأخيرة تحتاج إلى جهد كبير فى تحديد خصائص الرموز وأساليب بنائها وتكوينها ونشرها أو إذاعتها كمدخل أساسى فى صياغة خطة الترميز والقيام بإجراءات التحليل واستخراج النتائج . وهو ما يحتاج من الباحث إلى إجراءات صارمة ودقيقة للتحكم على صدق الترميز وثباته . حيث تعتبر الذاتية فى الحكم على هذه الرموز وتقييمها من أهم الخصائص المميزة لها .

تحليـــل المحتـــوى
والدراسات اللغوية

تتصدر الصعوبات الخاصة بتحليل محتوى الإعلام، صعوبات السيطرة على أدوات اللغة التى يتم فى إطارها تحليل المحتوى . ذلك أن ضعف قدرة الباحث فى التعامل مع أدوات اللغة والخلط بين المفاهيم الخاصة بخصائص تحليل المحتوى وعلاقاته ، وتحليل خصائص لغة الإعلام، يؤدى ذلك فى النهاية إلى تحيز النتائج وغياب صدق التحليل . ولذلك كان حديثنا عن التفرقة بين وحدة التحليل ووحدة السياق، أو التفرقة بين وحدات اللغة المختلفة والتحليل فى إطارها كمطلب أساسى للتحليل للخروج بالنتائج الدالة على المعنى والمغزى الخاص بإستخدام وحدات لغوية معينة فى وقت وبيئة معينة .

ويجب على الباحث أيضًا الاستفادة من القواعد والإجراءات المنتظمة الخاصة بالدراسات اللغوية، لدراسة الأساليب والمفردات والمعانى، تجنبًا لإصدار الأحكام الذاتية على الأعمال الفكرية والأدبية بصفة عامة والرسائل الإتصالية بصفة خاصة .

وتعتبر ميادين دراسة الأسلوب *Style* ودلالات *Semantic* الرموز اللفظية تجسيداً لهذا الإتجاه فى توظيف المنهج العلمى، بعد أن كانت تعتمد قبل ذلك على الإنطباعات الشخصية أو التقديرات الذاتية للناقد أو الباحث فى هذه الميادين .

وتؤكد هذه الدراسات فى نفس الوقت على أهمية الاستدلال *Making Inference* فى دراسة محتوى الإعلام . ذلك أن هذه الدراسات شأنها شأن تحليل المحتوى يمكن أن يتم أيضًا على الرموز اللفظية فى محتوى الإعلام .

تحليل الأسلوب اللغوى

تقترب الدراسات الخاصة بتحليل الأسلوب فى خصائصها وخطواتها المنهجية من تحليل المحتوى، خاصة أنها تهتم أيضًا بدراسة الرسائل الإعلامية - بجانب الكتب والمقالات وغيرها - للكشف عن الخصائص المميزة لأسلوب الكتابة والكاتب والبيئة أو العصر الذى كتبت فيه الرسالة .

ويفرق بينهما ميرفن ينش (*M.D.Hynch., In: Ph.Emmeret & W.Brooks 70:316*) فى أن تحليل المحتوى يهدف إلى التعرف على الخصائص الدلالية فى الرسالة ويجيب على السؤال ماذا، حيث يتم الاستدلال عن نوايا القائم بالاتصال وتأثيرات الاتصال، بينما يهدف تحليل الأسلوب إلى التعرف على مظاهر النحو والصرف وبناء الجملة ويجيب على السؤال كيف....؟ فى بناء الرسالة الإتصالية .

ومهما كان الإختلاف فى تعريف الأسلوب، فإنه لايؤثر فى تعريف تحليل الأسلوب الذى يستهدف الكشف عن الخواص اللغوية للأسلوب، من خلال تجزئ النص إلى وحدات حرفيه (الكلمة والجملة والفقرة والعبارة وأدوات الفصل والربط وغيرها من الرموز اللغوية) قابلة للعد والقياس سواء لأغراض الوصف المجرد لهذا الأسلوب أو لأغراض المقارنة أو تفسير اختيار الكاتب لخصائص الأسلوب .

والباحث قد يكتفي بوصف النص من خلال خصائصه الأسلوبية، أو يعزو هذه الخصائص الأسلوب إلى ذاتية أو شخصية الكاتب، أو تأثيرات القارئ بوصفه متلقيًا للمادة المكتوبة وهذه الأهداف التى تمثل إتجاهات للبحث توضح أهمية تحليل الأسلوب التى يمكن إيجازها فى الآتى : (أحمد الشايب ٧٦:١٢٢-٣ & شكرى عياد٨٢:١٤ \ W.J.Paisley & Jn.G.Gerbner 69) .

- تظهر أهمية تحليل الأسلوب فى التعرف على شخصية الكاتب، ذلك أنه مع وحدة الموضوع واختلاف الكتاب نجد اختلافا فى الأسلوب وفى الفن الواحد حيث نجد لكل منهم طابعًا خاصًا فى تفكيره وتعبيره وتصويره، حتى أنه قيل «الأسلوب هو الأديب أو الكاتب أو الرجل» .

- التعرف على الأسلوب كخاصية جماعية، فى وقت ومكان معين . فهذه السمات لاتكون فردية ولكنها تكون إجتماعية أيضًا ، فنجد العصور الأدبية ذات خصائص شائعة بين أفرادها، تخالف العصور الأخرى، ونجد للشعب الواحد خصائص تميزه عن غيره ترتبط بلغته واستخداماته لها بوصفها طرقا للتعبير تختلف من جماعة إلى أخرى .

وتتفق إتجاهات تصنيف تحليل الأسلوب مع تصنيف تحليل المحتوى إلى وصفى *Discriptive* واستدلالى *Inferential* أيضًا .

وهناك تصنيف للدراسات الإسلوبية إلى عدد من الأنواع، منها على سبيل المثال: الدراسات الأسلوبية للقوانين اللغوية العامة لأغراض المقارنة، وكذلك الدراسات الأسلوبية التى تتناول لغة بعينها - اللغات القومية - لأغراض الوصف والتعرف على الخصائص اللغوية السائدة فى هذه اللغة .

وهناك نوع آخر من الدراسات الأسلوبية هى الدراسات الأسلوبية التكوينية أو الفردية التى ترتكز على تحليل «الوظيفة» التى تقوم بها الظاهرة الأسلوبية بالنسبة إلى الكتاب أو الكاتب أو العصر أو الفن، وهى تختلف عن الدراسة الوصفية فى أن الأخيرة تحدد الظاهرة الأسلوبية وتسرد إمكانياتها فحسب . وهذا التقسيم لايضع حدوداً فاصلة بين هذه الأنواع المختلفة من الدراسات، نظراً لاستحالة أو صعوبة الفصل بينها فى الواقع التطبيقى (شكرى عياد ٨٢:٥٢-٦٥) .

وهذه التقسيمات النظرية للدراسات الأسلوبية تقترب أكثر من الهدف الذى يسعى إليه الباحث فى تحليل الأسلوب، الذى يقوم على القياس الكمى للخواص اللغوية بعد أن قطع فيه اللغويون شوطًا كبيراً .

وأصبح البعد الإحصائى فى دراسة الأسلوب من المعايير الموضوعية الأساسية التى يمكن استخدامها فى تشخيص الأساليب، وتمييز الفروق بينها، ويكاد ينفرد بين المعايير الموضوعية بقابلية استخدامه فى قياس الخصائص الأسلوبية، كائنا ما كان التعريف الذى يتبناه الباحث للأسلوب أو الطراز النحوى الذى يستخدمه (سعد مصلوح ٨٠ : ٣٧) .

تحليل الدلالة ودراسة المعنى

ومن جانب آخر يهتم علم الدلالة *Semantic* بدراسة المعنى، فهو ذلك الفرع من علم اللغة الذى يتناول نظرية المعنى أو ذلك الفرع الذى يدرس الشروط الواجب توافرها فى الرمز حتى يكون قادراً على حمل المعنى (أحمد مختار عمر ٨٢ : ١١ - ١٢ & چون لاينز ٨٠ : ٩) .

وبذلك تختلف دراسة الدلالة عن الدراسة الأسلوبية فى أن الأخيرة تهتم بدراسة الخصائص اللغوية المختلفة ذات الدلالة الواحدة، بينما تهتم دراسة الدلالة بالمعانى أو الدلالات المختلفة .

وتساعد دلالة الألفاظ الباحث فى الكشف عن الأنواع المختلفة من المعانى - بالإضافة إلى الكشف عن لغة الاتصال السائدة - التى يمكن من خلالها الاستدلال عن العديد من السمات الشخصية والظروف الإجتماعية للكاتب والبيئة الجغرافية، وغيرها من الاستدلالات التى يمكن الكشف عنها من خلال التعرف الدقيق على معانى الرموز المستخدمة .

ومما يدعم أهمية دراسة دلالة الألفاظ والتى أصبح يطلق عليها التحليل الدلالى *Semantic Analysis*، مما يدعم أهميتها وجود العديد من الأنواع للمعانى التى يمكن أن تشير إليها الألفاظ أو الكلمات، أو الرموز اللغوية بصفة عامة . ومن هذه الأنواع مايلى (أحمد مختارعمر ٨٠:٣٦-٤٠) .

- المعنى الأساسى أو الأولى أو المركزى، ويسمى أحيانا المعنى التصورى أو المفهومى

Conseptual Meaning أو الادراكـى *Cognitive* ، وهذا المعنى هو العـامل الرئيسى للإتصال اللغوى، والممثل الحقيقى للوظيفة الأساسية للغة، وهى التفاهم ونقل الأفكار، ويشترط لاعتبار متكلمين بلغة معينة أن يكونوا متقاسمين للمعنى الأساسى . ويطلق عليه أيضًا ، المعنى الصريح، وهو المضمون الإخبارى أو المنطقى المباشر .

- المعنى الإضافى أو العرضى أو الثانوى أو الضمنى، وهو المعنى الذى يملكه اللفظ عن طريق ما يشير إليه إلى جانب المعنى التصورى أو المفهومى، فيتجاوز المعنى الصريح المجرد . فكلمة حوت على سبيل المثال ترتبط فى معناها الصريح أو المفهومى بالمخلوقات البحرية، لكنها تتجاوزها فى معناها الضمنى إذا أشارت إلى الأنانية المفرطة .

وهذا المعنى زائد على المعنى الأساسى، وليس له صفة الثبات والشمول، وإنما يتغير بتغير الثقافة، أو الزمن، أو الخبرة .

- المعنى الأسلوبى : وهو المعنى الذى تكشف عنه اللغة بالنسبة للظروف الإجتماعية للكاتب، مثل رصد مفردات معينة تدل على الموطن، أو الطبقة الإجتماعية، كما أنه يكشف عن مستويات أخرى مثل الشخصية، والتخصص، ورتبة اللغة المستخدمة، وغيرها من السمات الشخصية أو الذاتية، والبيئة والإجتماعية .

- المعنى النفسى أو الانفعالى، وهو يشير إلى ما يتضمنه اللفظ من دلالات عند الفرد، متأثرا بالمعانى الذاتية النفسية للألفاظ عند الكاتب فى زمن الكتابة .

- المعنى الانعكاسى، وذلك عندما تستخدم الكلمة فى معنى يختلف عن المعنى القريب لها، فتسعى حينئذ إلى تنفير القريب واحلال آخر مكانه، مثل استخدام كلمة بشر فى غير معناها فى الآية القرآنية «فبشرهم بعذاب أليم»-آل عمران٢١» .

- المعنى التنظيمى، والذى يظهر من خلال ارتباط الوصف بموصوف معين، رغم كثرة المرادفات فى الوصف، مثل كلمة خسوف، وكسوف فالأولى ترتبط فى المعنى بالقمر فتقول خسوف القمر، والثانية بالشمس كسوف الشمس، وكذلك شجاع، ومقدام، فالشجاعة يمكن أن تنسب إلى القول والعمل، بينما ترتبط صفة مقدام فى العمل أكثر...وهكذا .

- المعنى المرتبط ببناء الجملة أو العبارة، وذلك مثل الاختيار بين تركيبات نحوية مسموح بها مثل المبنى للمعلوم والمبنى للمجهول، وكذلك تنظيم الجملة وترتيب الكلمات وإبرازها وتأكيدها .

وهذه الأنواع المختلفة للدلالة ترتبط أكثر بالدلالة الضمنية، التى تدخل في كل هذه الأنواع عدا المعنى الصريح أو المفهومى، وتؤكد في نفس الوقت على أهمية دراسة دلالة الألفاظ والرموز اللغوية للكشف عن المعنى المستهدف، الذى يفيد فى صحة اختبار وتحقيق المشكلات المنهجية المرتبطة بالموضوعات الصحفية المنشورة .

ويهتم التحليل الدلالى ببيان معانى المفردات، وذلك حين تعمل الوحدات اللغوية كرموز لأشياء خارج الدائرة اللغوية، وهو ما يطلق عليها المعانى المعجمية *Lexical Meaninges* التى ركزت على دراستها المناهج اللغوية المختلفة فى دراسة المعنى .

استخدام الكمبيوتر فى تحليل محتوى الإعلام

يعتبر المبحث السابق - تحليل المحتوى والدراسات اللغوية - مطلبًا ضروريًا للتحديد الدقيق لاستخدام الكمبيوتر فى تحليل محتوى الإعلام .

ومنذ منتصف الستينات فى أعمال فيليب ستون وزملائه *Ph.J.Stnone et al., 66* وريتشاد باد وزملائه *R.W.Budd et al.,67* وجورج جربنر *G.Gerbner et al., 69* وهولستى وغيرهم فى تحليل محتوى الإعلام ورصد الأعمال والبحوث التى تمت باستخدامه وبصفة خاصة فى تحليل محتوى الصحف . والذى تزامن مع تصاعد استخدام الكمبيوتر فى البحث العلمى ورصد نتائجه وتحليلها فى الجامعات والمؤسسات العلمية . منذ هذه الفترة تصاعد الحديث عن استخدام الكمبيوتر فى تحليل محتوى الإعلام .

ولكن مع الدعوة إلى استخدام الكمبيوتر فى هذا المجال فقد كان هناك اتفاق على مجالات الاستخدام فى تحليل المحتوى وغيرها من البحوث السلوكية فى الآتى:

- تنظيم التحليل الإحصائى للبيانات وتحديد خطواته وإجراءاته .
- اختبار الفروض العلمية وتحقيقها من خلال العلاقات والنتائج الارتباطية، ومقارنتها بالنماذج .

وفى إطار الكمبيوتر فإنه يقوم - بجانب ذلك - بالعمليات الخاصة بمعالجة البيانات وبصفة خاصة نقل البيانات من موقع إلى آخر، الإضافة والحذف والتقسيم والتصنيف، إجراءات المقارنة الكمية.... وغيرها من العمليات التى تتم على البيانات التى تم تخزينها وتمثل مدخلات البرامج المعدة لهذا الغرض للخروج بالنتائج المستهدفة التى تمثل المخرجات بالنسبة لهذه البرامج بالإضافة إلى قيام الكمبيوتر برصد التكرارات وتقدير المتوسطات والنسب المئوية والترتيب وتنفيذ اختبار العلاقات والتحليل العاملى، وترتيب البيانات فى بناءات وأشكال احصائية . وكل هذه العمليات تتم على البيانات التى جمعها الباحث بنفسه وتشمل المساحات والمفردات ورصده للمادة الخام بناء على التصنيف وتحديد وحدات التحليل التى قام بإعدادها الباحث .

وابتداء من استخدام البطاقات المثقوبة وحتى الرصد والتخزين والمعالجة والخروج بالنتائج الإحصائية على الشاشة أو مطبوعة، فإن الأمر فى هذه الحالة لايزيد عن برنامج لمعالجة البيانات التى يجمعها الباحث بنفسه للخروج بنتائج كمية ومعالجات احصائية تتفق ونتائج التحليل .

وفى إطار الوظيفة السابقة - حتى من خلال البرامج المتطورة - فإن الكمبيوتر لايقوم بعملية التحليل لكنه يوفر الوقت والجهد الخاص بالرصد وإجراء العمليات الإحصائية المعقدة الخاصة ببناء العلاقات بين نتائج لرصد .

ومع التطور فى بناء المعاجم والقواميس وتصميم البرامج الخاصة بها خصوصاً مع التوسع فى الاستزادة بالمعارف الخاصة بالأساليب المنهجية للتحليل الدلالى مثل تحليل السياق، وتحليل حقول الدلالة . فقد أغرى ذلك الباحثون على تطوير برامج خاصة لتحليل المحتوى ينفذ من خلال برامج الكمبيوتر، خصوصاً مع تطوير انتاج أجهزة النقل والمسح إلى الكمبيوتر التى يمكن أن تسهم فى نقل صور كاملة لصفحات التحليل والتعامل معها بالتقسيم والتصنيف ورصد تكرار الوحدات داخل هذه الصفحات أو رصد المواقع والمساحات فى إطارها . وذلك من خلال البرنامج المعد لهذا الغرض مستخدماً إحدى لغات التأليف السائد استخدامها .

وقد يبدو بناء هذا البرنامج سهلاً وميسوراً ويحقق أهداف التحليل، إلا أنه يمكن للوهلة الأولى طرح السؤال الخاص بصلاحية البرنامج للتعامل مع أوعية أخرى

للتحليل ترتبط بسياقات أو بيئات ثقافية مختلفة حتى لوكانت فى المجتمع الواحد، مثل تناول صحف المعارضة لنفس الأفكار وبنفس وحدات التحليل فى إطار سياق لغوى مختلف باختلاف السياق الثقافى . مثل اليد الطولى للأجهزة التى قد تعنى القدرة على تحقيق الأهداف بينما قد تعنى لدى المعارضة انتشار الرشوة والفساد . وغيرها من أشكال السياق المختلفة مثل السياق العاطفى، أو سياق الموقف أو السياق الثقافى وكلها تؤثر تأثيرا بالغا فى اتجاه الرصد والتحليل ونتائجه والذى يجب أن يوضع فى الاعتبار عند التحليل . وهو ماسبق الإشارة إليه فى بداية هذا الفصل بوحدات التحليل ووحدات السياق .

ولذلك فإن بناء البرنامج بحيث يشمل كل أشكال السياقات المختلفة التى يمكن رصد وجود وحدة التحليل فى إطارها يعتبر أمراً بالغ الصعوبة، حتى لو تجاوزنا عن تعدد المعانى الدالة على الكلمة أو الرمز الواحد فى اللغة الواحدة أو تعدد الرموز التى تشير إلى معنى واحد مثل الشجاعة/ الإقدام/ الجسارة . وغير ذلك مما يشير إلى الصعوبة البالغة فى بناء برنامج يصلح للاستخدام مع كل السياقات والدلالات والمواقف التى يتطلبها التحليل وأهدافه .

إلا أن أكثر ما يشجع الباحثين على تأييد الدعوة إلى بناء برنامج كمبيوتر يصلح استخدامه لتحليل محتوى الإعلام، هو الأسلوب الخاص بتحليل حقول الدلالة *Semantic Field Approach*والخلط بين إمكانية بناء برامج معجمية أو قاموسية تعتمد على مدخل أو نظرية حقول الدلالة وبين الحاجة إلى بناء برامج لتحليل محتوى الإعلام . ويرى مدخل أو نظرية حقول الدلالة أن التعرف على معنى الوحدة الدلالية يقتضى التعرف على مجموعة الوحدات(الكلمات)المتصلة بها فى الحقل الدلالى أو المعجمى *Semantic, Lexical*. والحقل الدلالى هو عبارة عن مجموعة من الكلمات ترتبط دلالاتها، وتوضع عادة تحت لفظ عام بجمعها - المصطلح العام، المفهوم-أو هو قطاع متكامل من المادة اللغوية يعبر عن مجال معين من الخبرة .

وهدف تحليل الحقول الدلالية هو جمع الكلمات التى تخص حقلاً معيناً والكشف عن صلاتها الواحد بالآخر، وصلاتها بالمصطلح أو المفهوم محل الدراسة . مثل مفاهيم القرابة/ اللون/ الأوزان/ المقاييس/ الرتب/ التقييم الجمالى والأخلاقى...وغيرها التى تجتمع حولها العديد من الكلمات التى تتوحد أو تختلف

فى المعنى ولكنها ترتبط بهذا المفهوم الذى يجمعها ويفيد فى الكشف الدقيق عن معناها/ ودلالاتها. بالإضافة إلى المترادفات والمتضادات والاشتقاقات (المورفيمات) وهى الحقول الدلالية الصرفية *Morpho Semantic Fields* وكذلك اجزاء الكلام وتصنيفاتها النحوية، بالإضافة إلى الحقول السنتجماتية *Syntagmatic Fields* التى تشمل مجموعة الكلمات التى تترابط بالاستعمال مثل كلب-نباح/ فهرس - صهيل/يرى- عين/ يسمع- أذن... إلى آخره (إبراهيم أنيس ٨٠:٤٧) .

ومع الاتجاه نحو بناء الحقول الدلالية وإمكانيات انجازها فإن أصحاب نظرية الحقول الدلالية يرون ضرورة مراعاة السياق الذى ترد فيه الكلمة ولايجب دراسة المفردات مستقلة عن تركيبها النحوى .

ولعل المجال الذى يمكن أن يفيد فيه تحليل حقول الدلالة فى مجال تحليل المحتوى هو الكشف عن الإطار الثقافى أو الإجتماعى للكاتب أو النص من خلال دلالة المفردات المستخدمة فى النصوص الإعلامية ورد الكلمات المستخدمة إلى المفهوم العام الذى يمكن أن يقدم العديد من الرموز الدالة عليها بتفاوت الطبقة الإجتماعية مثل المدام/ حرمه/ عقيلة/ الست/ الجماعة/ الأولاد... وكذلك مفهوم القرابة الوالد: والدى/ بابا/ دادى/ أبويا/ بوى.... وهكذا .

ولكن يظل السؤال المطروح يدور حول مدى مسايرة البرامج لما يستحدث من رموز جديدة لمعانى موجودة، أو معانى جديدة لرموز موجوده فى إطار عمليات التغير الإجتماعى السريع الذى يتم بتأثير التقارب الثقافى بين المجتمعات على سبيل المثال .

هذا الخلط وغيره من أسباب يجعلنا نتحفظ - وإلى مدى بعيد - على فكرة تصميم برامج كمبيوتر واستخدامها فى تحليل المحتوى للأسباب الآتية "

- إن التحليل فى حد ذاته ومهما اختلفت أهدافه فإنه يظل عملية عقلية، تتم المعالجة فيها بواسطة العقل البشرى الذى يعتبر بناءا متكاملا من المعرفة المختزنة التى تؤثر فى رؤية الفرد للتحليل وأهدافه، ويصعب فى هذه الحالة تنميط هذه العملية وتعميمها على كل الأفراد فى كل المجتمعات باستخدام برامج آلية معدة مسبقة .

- ولذلك فإن أقصى مايمكن أن يقوم به برنامج الكمبيوتر هو رصد وجود أو غياب رموز معينة فى المحتوى الإعلامى بناء على اتفاقها مع ماهو موجود فى الحقول المختلفة سواء كان لأغراض وصف الأسلوب من خلال رصد خصائصه أو رصد الرموز وردها إلى المفهوم العام فى حقول الدلالة .

- وبناء عليه فإن البرامج التى يتم تصميمها لهذا الغرض هى برامج معجمية أو قاموسية وتستخدم لهذه الأغراض . وليس لأغراض تحليل محتوى الإعلام الذى يمكن أن تتعدد أهدافه وتختلف إجراءاته ووحداته بناء على الاختلاف فى الأهداف .

- وإذا ألقينا نظرة على فئات التحليل الشائع استخدامها فإن بناء البرنامج يصلح على مفهوم المكان والزمان والمقاييس والأوزان والمساحات ولذلك يمكن استخدام فئات المصادر والأقاليم والاتجاه والخصائص وهو ما يمكن حصره فى حقول رئيسه وفرعية ترتبط بالمفهوم العام ولاتتغير من وقت إلى اخر أو مجتمع إلى آخر . أما الفئات والوحدات الخاصة بالمعنى والدلالة والسياق التى ترتبط بوصف الأفكار والموضوعات والاتجاهات والمؤشرات الدالة على الخصائص والسمات والأهداف، بالإضافة إلى الرصد الخاص بوحدات اللغة بالذات التى لايمكن حصرها أو تحديدها بشكل قاطع وحاسم فإنها ترتبط بداية بإتجاهات التفكير الإنسانى والسياق الثقافى والاجتماعى العام الذى يؤثر فى هذه الاتجاهات، وبالتالى تؤثر فى عملية التحليل ومسارها ونتائجها .

- وإذا كان التحليل الكمى لمحتوى الإعلام يتعرض للنقد الشديد فى استخدامه والتشكيك فى نتائجه وإتجاهات الرصد المتحيز . فكيف يمكن تدعيم الاتجاه نحو تنميط المفاهيم والإجراءات فى برامج كمبيوتر معدة مسبقة للتحليل .

- وهذا يطرح سؤالا خاصاً بموثوقية التفسير ومصادره التى يمكن أن تغيب عن الباحث سواء أثناء مراجعة مادة التحليل وإعدادها للعمل أو مراجعة العلاقات الكمية أثناء الرصد وإجراءات العمل ذاتها . التى يمكن أن تكون بمثابة ملاحظات كيفية أو انطباعية من الباحث أثناء الإعداد للتحليل أو التحليل ذاته. وهو ما يمكن أن يفيد فى إثراء عملية الإعداد للعمل وتفسير نتائجه .

- ومع اتفاقنا بأن قيام الباحث بالملاحظة والرصد وتخزين الوحدات ببرنامج الكمبيوتر لن يعطى للبرنامج قيمة تزيد عن القيمة الخاصة ببرامج المعالجة

الإحصائية شائعة الاستعمال فى تحليل المحتوى وغيره من البحوث الإنسانية .
مع اتفاقنا بهذا فإن مسح المادة الإعلامية المنشورة على الصفحات وإدخالها للبرنامج بغرض الملاحظة والرصد لما هو موجود أو غائب من فئات أو وحدات التحليل، يعيد الباحث إلى فكرة الرصد والملاحظة أثناء صف الحروف وتصميم الصفحات في البداية حيث تكون كل الوحدات اللغوية مخزونة قبل إعداد الصفحات وبعدها . وبالتالى يمكن التعامل بداية مع هذه الإجراءات الأولية فى الطباعة والإعداد بدلا من انتظار النسخ مطبوعة فى النهاية والبدء فى الرصد والملاحظة والتخزين والمعالجة لأغراض التحليل .
وبالتالى يبدو على السطح عدم جدوى التحليل البعدى مادامت المادة الإعلامية المنشوره مخزونه فعلاً فى المؤسسات الصحفية ويمكن التعامل معها ومعالجتها لأغراض التحليل .

- ومع وضع الإتجاهات النقدية لتحليل المحتوى فى الاعتبار التى ترى استغلال الرموز اللغوية فى محتوى الإعلام لتدعيم الأفكار والاتجاهات السائدة التى تتفق مع مصالح الطبقة المسيطرة . فإن السؤال المطروح سيكون حول جدوى البرامج مع تغير أصحاب المصالح والطبقات المهيمنة وتغير رموزها اللغوية بالتالى .

وفى جميع الأحوال يجب أن نعى تماما أن التحليل عملية عقلية لرموز لغوية تتفق مع السياقات الثقافية والإجتماعية والمواقف التى تتسم بالتباين بين المجتمعات وبالتالى يصبح تنميط العملية العقلية أو دلالة الرموز لأغراض التحليل عملية تفتقد للقيمة والجدوى العلمية والاقتصادية . ومراجعة محدودة لتاريخ اللغة فى المجتمعات والشعوب والثقافات المختلفة يشير إلى ذلك .

ويبقى بعد ذلك إمكانية تصميم برامج كمبيوتر لتحليل خصائص الأسلوب أو تحليل حقول الدلاله بواسطة المتخصصين فى علم اللغة والدلالة والتى تقف أهدافها عند التعرف على خصائص الأسلوب أو الكشف عن دلالة الرموز وعلاقاتها ببعضها . وعدم الخلط بين هذه الإمكانية والاتجاه نحو تصميم برامج لتحليل محتوى الإعلام الذى يجب أن يتعامل مع المحتوى الكامن وعلاقاته بعناصر العملية الإعلامية الكلية وارتباطاتها بالسياقات والنظم الإجتماعية فى السياق الإجتماعى العام .



الدراسات التاريخية والمستقبلية

لسنوات طويلة استمرت الدراسات التاريخية وأدواتها أحد المحاور الأساسية فى تصنيف الدراسات العلمية ومناهج البحث وأدواته، بإعتبارها الدراسات الخاصة بالكشف عن جهود الرواد وأعمالهم الرائدة أيضًا فى المجالات المتعددة للمعرفة العلمية، لمعرفة جذور هذه المعرفة، ومراحل تطور العلوم وتسجيلها، وطوال هذه السنوات كانت الدراسات التاريخية تعتبر فئة تصنيف الدراسات والمناهج على أساس الزمن فى مقابل الدراسات الحالية أو دراسة الواقع الراهن .

وفى إطار هذه الدراسات تم رصد العديد من الإنجازات العلمية التى قدمت للباحثين فى مجال الإعلام تطور المعارف والمهارات الإعلامية، وكذلك تاريخ الرواد والمؤسسات الإعلامية وأدوارها خلال المراحل التاريخية المختلفة .

ومع الاستمرار فى هذه الدراسات التاريخية والآنية أو الحالية، فوجئ العالم كله بالتغير السريع والمتعاظم فى كافة مجالات المعرفة، حتى أن هناك العديد من المجالات التطبيقية لم تكن قد استعدت لمواجهة التغير المتنامى والسريع فى المعرفة، ولم تتمكن من رسم التوقعات الخاصة بالتعامل مع هذا التغير الحادث . والذى يشير بوضوح إلى أن البحث العلمى يجب أن يمد بصره إلى المستقبل لرسم احتمالات التغير ونتائجه والتخطيط للتعامل مع حركته والتكيف مع نتائجه.

ومن هنا أصبحت الدراسات المستقبلية *Futurism* مجالا علمياً للبحث فى مختلف العلوم وقطعت فيها بعض الدول شوطا كبيرا بعد البدايات الحذرة فى الاربعينات من هذا القرن، وأصبحت الدراسات المستقبلية فئة من فئات تصنيف الدراسات على أساس بعد الزمن . حيث أن الدراسات التاريخية تهتم بالوقائع وحركتها فى الماضى، وتهتم الدراسات المستقبلية برسم حركة الوقائع فى المستقبل من خلال توظيف عدد من طرق البحث والأدوات المنهجية التى تتفق وطبيعة هذا الهدف، وخصائص البحث فى تحقيقه .

ونود أن نشير إلى أن أهمية الدراسات التاريخية لاتقف عند حدود المعرفة بما حدث فى الماضى وإكتساب الخبره من هذه الأحداث، ولكنها تفيد أيضًا فى التوقع بمسار مثل هذه الأحداث فى المستقبل، من خلال الرصد المتتابع لحركة الوقائع والأحداث فى الماضى، وكذلك الحركة الآتية لهذه الوقائع والأحداث، بإعتبارها معطيات أو مقدمات لما يمكن التوقع بحدوثه - كنتائج - فى المستقبل .

المنهج التاريخى

يعتبر المنهج التاريخى آداة البحث فى المشكلات أو الظاهرات الإعلامية فى بعدها التاريخى أو سياق الوقائع والأحداث التى حدثت فى الماضى . سواء لأغراض وصف الظاهرة الإعلامية وتسجيلها كما حدثت فى الماضى مثل تسجيل تاريخ المؤسسات والوسائل الإعلامية والبارزين فيها - كما سبق أن أوضحنا فى الفصل الأول - أو لأغراض تفسير علاقات الظاهرة الإعلامية وعناصرها بالوقائع والأحداث التى حدثت أيضًا فى الماضى . وفى جميع الحالات يعتبر المنهج التاريخى هو آداة البحث فى دراسة مثل هذه المشكلات أو الظاهرات .

والمنهج التاريخى يستلزم استرداد الماضى *Reconstruction* بطريقة منهجية *Systematic* وموضوعية *Objective* من خلال تجميع الأدلة، وتقويمها، والتحقق منها، ثم تركيبها *Synthesizing* لاستخلاص الحقائق والوصول إلى نتائج أو خلاصات محكمة .

ويستلزم الإعداد المنهجى اتباع سياق منظم من القواعد والإجراءات لجمع الأدلة الممكنه عن الوقائع والأحداث،والعصر،والسياق،وتقويم هذه الأدلة والبحث عن

الإرتباط السببى Causual Connection والتحقق منه،ثم تقويم هذه المعلومات المنظمة عن الأحداث بطريقة تجعلها قائمة على الاختبار النقدى(R.Tucker, et al 83:68) .

وتعتبر أهم الخطوات المميزة للمنهج التاريخى، بجانب الخطوات المنهجية العامة، الخطوات التالية :

- جمع المادة التاريخية .
- نقد المادة التاريخية وتقويمها .
- تصنيف الحقائق وتحليلها، ثم إعادة تركيبها فى إطار أهداف البحث التاريخى .

أولاً : جمع المادة التاريخية :

تبدأ عملية جمع المادة التاريخية بتحديد المصادر التى تضم هذه المادة أو تشير إليها ومستواها . وتسمى المصادر التاريخية . وتنقسم هذه المصادر إلى نوعين رئيسيين:

١- **المصادر الأولية :** وهى المصادر المباشرة ذات العلاقة العضوية بالوقائع والأحداث والشخصيات . مثل الآثار والوثائق التاريخية . حيث تعتبر الآثار المادية مصدراً لجمع البيانات مثل المبانى وتصميمها وبناؤها، والآثاث والأزياء والجوائز والشهادات....... وغيرها مما يعتبر دليلاً وشاهداً على العصر وتاريخه، وكذلك المطبوعات والمحفوظات التى شهدتها الفترة التاريخية، ويمكن الاسترشاد بها فى مرحلة نقد المصادر وتقويمها .

وتتعدد أشكال الوثائق التاريخية والأوعية التى تضمها وتختلف باختلاف العصر، ففى مرحلة تاريخية كانت المخطوطات من السيرة الذاتية مصدراً أولياً، وأصبحت الآن التسجيلات الإذاعية والأفلام المصورة بالسينما والفيديو مصدراً أوليًا فى علاقته العضوية بالأحداث والوقائع والأشخاص .

وبالنسبة للدراسات الإعلامية تعتبر السيرة والمذاكرات الشخصية للرواد والمؤسسين فى مجال الإعلام مصدراً أساسياً فى هذه الدراسات؛ بالإضافة إلى القوانين والتشريعات والقرارات الخاصة بتنظيم العمل أو تنظيم العلاقات مع المؤسسات أو العاملين فيها، أو السجلات الرسمية للتوزيع ومصادر التمويل والميزانيات السنوية، ومحاضر الاجتماعات ودفاتر تسجيل الزيارات....... وغيرها .

ويضاف إلى الوثائق السابقة التقارير التى يكتبها الأفراد عن الوقائع والأحداث وتحفظ فى وثائق المؤسسات، أو تنشر فى الصحف أو الدوريات حول الوقائع أو الأحداث أو الشخصيات الإعلامية . ويشترط فى جميع المصادر السابقة ومثيلاتها أن تكون هى المصدر الأساسى وذات العلاقة المباشرة بالأحداث والوقائع التاريخية حتى يمكن اعتبارها مصدراً أوليًا يتم الإعتماد عليه فى الرصد والتسجيل التاريخى .

٢-**المصادر الثانوية**: وهى المصادر التى تأخذ عن المصادر الأولية وتعيد تسجيلها أو نشرها بعد ذلك فى سجلات أخرى أو الصحف والدوريات، وعادة ما تكون فى غير الحالة التى تم تسجيلها بها فى المصادر الأولية . مثل عمليات التصنيف والتبويب وإعادة التسجيل والنشر فى أشكال جديدة غير الشكل الأولى الذى تم تسجيلها به . أو تكون مصحوبة بالآراء والتعليقات المرتبطة بإعادة التسجيل والعرض .

وتثير التفرقة بين المصادر الأولية والثانوية سؤالاً حول تصنيف الصحف والتسجيلات الإذاعية بإعتبارها مصدراً أوليًا أو ثانويًا فى الدراسات الإعلامية خصوصًا أنه يتم الإعتماد عليها فى دراسات تاريخية عديدة . وتعتبر هذه المصادر مصدراً أوليًا متى كان البحث التاريخى يهدف أساسًا إلى الوصف التاريخى لحركة عناصر العملية الإعلامية خلال المراحل التاريخية المختلفة، كما أوضحنا فى الفصل الثانى . أما إذا كان الهدف هو الدراسة التاريخية للظاهرة الإعلامية فى إطار علاقتها بالوقائع والأحداث التاريخية الأخرى ووصف هذه العلاقات ونتائجها . فإنه يجب الحذر فى الإعتماد الأساسى على الصحف والدوريات والتسجيلات الإذاعية والأفلام التى انتجت بواسطة وسائل الإعلام، ويفضل التعامل معها باعتبارها مصادر ثانوية يجب دعمها بمصادر أولية أخرى وذلك نظراً لتأثيرات عملية النشر والإذاعة على المنتج النهائى الذى يعتمد عليه فى الرصد والتسجيل وهو المحتوى المنشور أو تسجيلات الراديو والفيديو والأفلام .

وتثير التفرقة أيضًا سؤالاً حول حدود الإعتماد على الأرقام المنشورة حول التوزيع والإستماع والمشاهدة، والبحوث التى تقوم بها المؤسسات الإعلامية لهذا الغرض،

مثل بحوث القراءة وبحوث المشاهدة والإستماع، واعتبار هذه الوثائق مصادر أولية أو ثانوية .

وفى رأيى أن هذه الوثائق تعامل أيضًا كمصادر ثانوية، لأسباب متعددة : منها أن الدراسات قامت بها المؤسسات نفسها وفى جميع الحالات تعتبر متحيزة بداية سواء لأغراض التسويق أو تعظيم الأدوار التى تقوم بها هذه المؤسسات فى تلك الفترة التاريخية . بالإضافة إلى أن البحوث والدراسات التى تقوم بها هذه المؤسسات تعتمد على أسلوب العينات وليس الحصر الشامل - حتى مع الثقة فى نتائج هذه البحوث - وهو أسلوب لايصلح أساسًا للملاحظة والرصد التاريخى فى فترات لاحقة لأسباب تتعلق بالعوامل المرتبطة بنظام المعاينة والعينات وهو ماسبق أن أشرنا إليه .

ثانيًا : نقد المادة التاريخية وتقويمها :

بعد أن ينتهى الباحث من جمع مصادر المادة التاريخية، فإنه يقوم بعملية نقد هذه المصادر وتقويمها للتحقق من صلاحية المصادر للإعتماد عليها وصدق المادة التاريخية فى رصد ما حدث فى الماضى . وتزداد ضرورة القيام بهذا النقد والتقويم كلما زادت الفترة الزمنية بين وقوع الحوادث والوقائع وتسجيلها .

ويتم النقد والتقويم فى اتجاهين :

١- **النقد الخارجى :** الذى يستهدف التحقق من صحة المصدر أو الوثيقة فى علاقتها بالفترة التاريخية من خلال الشكل والبناء والمقومات التى تتفق مع خصائص هذه الفترة ومميزاتها . وعلى سبيل المثال التفرقة بين المصادر الحقيقية والمصادر المزيفة .

هل تتفق وثيقة ما خاصة بالرقابة على الصحف مع الشواهد والأدلة التى تشير إلى إلغاء الرقابة واستمرارها خلال هذه الفترة ؟ وهل تتفق الأرقام الخاصة بتوزيع الصحف فى هذه الفترة مع الأدلة والشواهد الخاصة بوجود أزمة إقتصادية أو انخفاض مستوى التعليم أو ارتفاع الأمية فى هذه الفترة؟ وهل كان التمويل يسمح بداية بطباعة الأعداد من الصحف التى يشار إليها فى تقرير التوزيع فى هذه الفترة ؟

٢- **النقد الداخلى أو الباطنى :** الذى يستهدف التحقق من صحة المعنى أو المغزى والتأكد من صدق المحتوى *Validity of Content* للوثيقة أو المصدر ويتم

التفرقة بين التقويم أو التحليل الداخلي الإيجابي، والتقويم أو التحليل الداخلي السلبي (محمد علي محمد ٨٣: ١٥٠-١٥٢) .

فيستخدم التقويم أو التحليل الإيجابي للتفرقة بين العناصر الأولية التي يحتوي عليها النص التاريخي، وإدراك كل عنصر على حدة . للوقوف على المعنى الحقيقي الذي يرمي إليه بناء المحتوى . فيستهدف تحديد المعاني المختلفة لكل ما تتضمنه الوثيقة من جمل وعبارات وتراكيب لغوية مقارنة بلغة العصر الذي كتبت فيه الوثيقة .

أما التقويم أو التحليل الداخلي السلبي، فيهدف إلى معرفة الظروف التي وجد فيها كاتب الوثيقة وقت تسجيلها، وشهادات الآخرين شهود العيان في علاقتها بالدوافع والبواعث التي كان يمكن أن تؤدي إلى التحريف أو التشويه، أو احتمالات وجود الخطأ في تسجيل الوثائق أو الأقوال في هذه الفترة التاريخية .

ويمكن الاسترشاد بأسس النقد التاريخي للوثائق ومصادرها على النحو التالي :

أ- يجب أولاً نقد الوثائق نقداً خارجياً أو من حيث خصائصها الموضوعية .
- التحقق من كاتب الوثيقة .
- التحقق من اتفاق الشكل والبناء مع خصائص المرحلة التاريخية .

ب- النقد الداخلي على أساس الخصائص الذاتية للوثيقة .
- ما الذي يعنيه الكاتب بعبارة ما، وماهو معناها الحقيقي المميز لها ؟
- هل صدرت العبارة عن عقيدة صادقة ؟
- هل يهتم الكاتب بخداع القارئ ؟
- هل كان يقع تحت ضغط التزييف ؟
- هل وقع تحت تأثير الغرور ؟
- هل كان متأثراً باتجاه معين أو متعاطفا مع تيار فكري أو حركة سياسية معينة ؟
- هل تأثر بالرأي العام في هذه الفترة ؟
- ماهي حدود قدرات الكاتب وامكانياته الفكرية ؟
- ماهو مدى ملاءمة الوقت والمكان للملاحظة والتسجيل وقتئذ ؟

- هل كـان من السـهل مـلاحظة مثـل هذه الوقـائع والأحداث أم كان من الصـعب على الكاتب ذلك ؟
- هل كان الكاتب مجرد مشاهد أم أنه مدرب على الملاحظة والرصد ؟
- مدى صحة العبارات واتفاق بنائها مع لغة العصر ؟

ثالثًا : تصنيف الحقائق وتحليلها وإعادة تركيبها :

وهى العملية الخاصة بإعادة عرض الوقائع والأحداث كما حدثت فى الماضى فى إطار الأهداف التى يسعى البحث إلى تحقيقها، أو التساؤلات التى يسعى الباحث إلى الإجابة عليها وتفسيرها فى تقرير نهائى يقدم رؤية الباحث لهذه الوقائع فى إطار ما قام به من إجراءات، وما استند إليه من مصادر ثبتت صحتها وصلاحيتها للبحث التاريخى .

ونود أن نشـير فى هذا الصـدد إلى أن الكثيـر من الباحثين فى الدراسات الإعلاميـة يخلطون بين تطبيق المنهج التـاريخى بإجراءاته المميزة التى تقوم على النقد الفـاحص للوثائق بالدرجـة الأولى، وبين مـجرد السـرد التـاريخى للوقـائع والأحداث من خلال الرجوع إلى المصادر الثانوية مثل المراجع التاريخية أو الكتب أو الدوريات التى سجلت هذه الوقائع والأحداث من خلال البحث التاريخى الصادق . فهذه المراجع أو الكتب أو الدوريات تعتبر بالنسبة للباحث فى الحالة الثانية مصدراً ثانويًا، ومـاقام بـه فى هذه الحالة لايزيد عن كـونه الرجـوع إلى هذه المصـادر والنقل عنها باعتبارها من أدبيـات البحث ومراجعه، وليس تطبيقـا لأسس المنهج التاريخى كما يدعى هؤلاء الباحثون فى مقدمات بحوثهم ودراساتهم .

طـــــرق البحـــــث
فى الدراسات المستقبلية

على الرغم من إعتـمـاد الفكر المسـتـقـبلى على قـوة الحدس والاسـتكشـاف والمعايرة والمطابقة، إلا أن النتائج تظل فى النهاية احتمالية، لأنها تتناول وقائع لم تحدث بعد، وتفـسر سلوكًا لم يتم . وهذا يتطلب درجة أكبر من الضبط المنهـجى للإجراءات ومستوى عـال من صدق التنبؤ أو التـوقع *Predictive Validity* التى ترتفع بالعمل والاستدلال إلى مستوى عال من الثقة والتقدير .

وهذا يتطلب شروطًا أولية يجب الالتزام بها :

١- أن تعتمد الدراسات المستقبلية على المعلومات أو البيانات التي تعبر عن حركة المتغيرات في الماضي أو الحاضر، وأن يتوفر في هذه المعلومات أو البيانات مستوى عال من الصدق والثقة .

٢- عدم صلاحية الإعتماد على أسلوب العينات في انتقاء المصادر وجمع البيانات، ذلك أن البيانات في البحوث المستقبلية عادة ماتكون مستهدفة لأغراض العرض الصادق لحركة المتغيرات وتطورها . ولايصلح بالتالي قياس أهمية البيانات أو جدواها على أهمية العينات المنتقاة منها . لأن العينات لاتصلح مقياسا للتعميم في البعد المستقبلي لحركة الظاهرات أو العلاقات بين المتغيرات .

٣- مهما كان الأسلوب الذي يتبع في البحث المستقبلي، فإنه يجب أن يقوم على خطوات منهجية منتظمة، وأن يتم توثيق هذه الخطوات والإجراءات بحيث تسمح للآخرين من تتبعها والحكم على صدق الحكم والاستدلال .

٤- على الرغم من أن بعض الأساليب المنهجية والحكم والاستدلال يتسم بقدر كبير من الذاتية، إلا أن الباحث يجب أن يقلل من قدر الذاتيه، ويرتفع بالموضوعية بقدر الإمكان، وتقرير مطلب الموضوعية من خلال الإجرءات والاختبارات التى تؤكد وجوده وارتفاع قيمته .

٥- ويرتبط بالمطلب السابق توفير أدوات الحكم بصدق التنبؤ والثقة في النتائج المستقبلية .

٦- مراعاة تحديد المدى الزمنى للتنبؤ أو التوقع أو الخروج باستدلالات عن المستقبل حيث ترتبط دقة الاستدلال بهذا المدى وابتعاده أو اقترابه من تاريخ العمل المنهجي، فكلما زاد المدى الزمنى تأثر مستوى اليقين في الحكم والاستدلال .

وهناك الكثير من التقسيمات المختلفة لأنواع الدراسات المستقبلية، قامت على أساس التفرقة بين قدر الذاتية والموضوعية، وتوافر معايير للحكم على مسار المتغيرات وحركة الظاهرات، وكذلك الاستدلال عن اتجاه العلاقات في علاقتها بالتطور الزمنى ابتداء من الماضى والحاضر واستشرافا للمستقبل (السعيد محمد رشاد ٩٧:١٢٢-١٢٥) .

وأبرز هذه التقسيمات هو تقسيم هذه الدراسات إلى نوعين رئيسيين :

النوع الأول : الذى يبدأ من الماضي والحاضر الذى ترسمه قاعدة كبيرة من

المعلومات والبيانات عن حركة الظاهرة والعلاقات بين عناصرها أو بينها وبين غيرها من الظاهرات الأخرى ونتائج هذه العلاقات . وبناء على رؤية الباحث لمسار الظاهرة وعلاقاتها فى الماضى والحاضر يمكنه صياغة افتراضاته حول النتائج المستقبلية .

ويبدأ البحث فى هذا النوع بوضع افتراضات حول التوقعات المستقبلية، يقوم بتحديد صلاحيتها من خلال الحقائق والمعطيات التى تقدمها الماضى والحاضر معا . وتخضع هذه الحقائق والمعطيات للدراسة والتحليل بأداة من أدوات التحليل الخاصة بدراسة خرائط التدفق والعلاقات مثل تحليل النظم وبحوث العمليات .

وهذا النوع يطلق عليه النوع أو النمط الاستطلاعى أو الاستكشافى *Exploratory Model* .

ومهما قيل فى اعتماد هذا النوع على دراسة الحقائق أو تحليل معطيات الحاضر والماضى من خلال أساليب رياضية أو نماذج خاص للتحليل فإنه يصعب عزل البحث فى هذا النوع عن ذاتية الباحث سواء كان فى صياغة الافتراضات حول المستقبل أو انتقائه للمعطيات التى تسهم فى تقرير الصياغة أو الصياغات . وهذا كله قد يتأثر بشكل أو آخر باتجاه الباحث ومعتقداته حول مسار الظاهرة وعلاقاتها وشبكاتها الاتصاليه التى تخضع للدراسة والتحليل .

ولذلك يتوقف نجاح هذا النوع فى تحقيق أهدافه على مدى تجرد الباحث من الذاتية وتوظيف الأدوات والآليات التى تسهم فى ضبط الاختيار والانتقاء للحقائق والمعطيات وتقرير صلاحية بناء التوقعات .

ويثور سؤال فى تطبيق هذا النوع من الدراسات المستقبلية، حول تباين السياقات التى عملت أو تعمل فيها الظاهرة محل الدراسة، والسياق المتوقع الذى تعمل فيه الظاهره فى المستقبل . وحدود صعوبة رسم الاتساق والسياقات المستقبلية وبالتالى رسم خرائط أو شبكات العلاقات فى المستقبل .

ولذلك ترتفع أهمية الدراسة الاستطلاعية الموسعة للحقائق والبيانات فى إطار السياقات المتعددة وعقد المقارنات والتأكيد على مصادر الاتفاق والاختلاف بين السياقات المختلفة وتأثيراتها فى الماضى والحاضر، وما يمكن أن يصل إليه فى المستقبل .

النوع الثانى : ويأتى على خلاف النوع الأول حيث يبدأ من المستقبل أولاً برسم الأهداف المستقبلية وتحديدها . ودراسة الحقائق والمعطيات فى الحاضر التى تسهم في تحقيق الأهداف المستقبلية المحدده سلفا .

وتعتبر الأهداف المحدده مسبقًا معياراً يستهدف الباحث تحقيقه . وبالتالى فإنه يضع النماذج المختلفة التى تشمل السياسات والخطوات والإجراءات التى تصل فى النهاية إلى تحقيق الأهداف . ويتم بناء النماذج وتقويمها في إطار معطيات الحاضر أو حركة هذه المعطيات التى يمكن أن تتطور فى المستقبل .

ونظراً لأن الباحث يبدأ بتحديد الأهداف المستقبلية، فإنه يسهل ضبط أسلوب العمل وإجراءاته من خلال الحكم على صلاحيتها لتحقيق الأهداف ومداها .

ولذلك يطلق على هذا النوع النمط المعيارى *Normative Model* أو التوقع المعيارى *Normative Forecasting* .

وعلى الرغم من امكانية الحكم على صياغة الأهداف وعلاقتها برسم السياسات والإجراءات الخاصة بتحقيقها وتقرير صلاحية التوقعات بناء على ذلك . إلا أن صياغة الأهداف أيضًا ورسم السياسات والاجراءات لاتخلو أيضًا من قدر كبير من الذاتية، التى تقربها إلى مفهوم الحدس *Intuitive* الذى يتم فى إطار نظريات ومفاهيم يمكن أن تخدم رؤى وتصورات الباحثين الذين يتجهون إلى استشراف المستقبل وصياغة التوقعات الخاصة به .

ويجمع تقسيم آخر لهذه الدراسات بين النوعين السابقين فى نموذج آخر لايغفل دراسة معطيات الماضى والحاضر التى تفرض نفسها على مسارات الظاهرات فى المستقبل، وكذلك يسمح بتوظيف آليات الحدس والابداع فى تصور الأهداف المستقبلية وصياغتها ورسم السياسات والاجراءات التى تحقق هذه الأهداف . وهو **نموذج الاتساق الكلية** *Feed back Model* الذى يعتبر اطارا موحدا يجمع بين النمطين السابقين فى إطار التفاعل بينهما (عواطف عبد الرحمن ٨٨:١٩-٢٣) .

ويعتمد اختيار أسلوب البحث فى الدراسات المستقبلية على المدخل الذى يختاره الباحث لصياغة الافتراضات أو الأهداف المستقبلية وطرق تحقيقها . وهذه بالتالى تختلف بإختلاف التخصص العلمى من جانب والاتجاه الفكرى الذى يمثل الإطار المرجعى للباحث عندما يتطرق إلى المشكلات الانسانية والاجتماعية .

ومع تعدد المداخل واختلافها وتباين طرق عرضها (ناهد صالح ٨٤) وتعدد أساليب البحث تبعاً لذلك فإننا نود أن نشير إلى أن الدراسات الإعلامية فى هذا المجال تتميز بالآتى :

١- يعتبر البعد الكمى والنماذج الرياضية فى هذا المجال هدراً للوقت والجهد، لأنها سترتبط فى الغالب بالإجابة على التساؤلات الخاصة باتجاهات التعرض والتفضيل والاهتمام فى المستقبل وهذه بالدرجة الأولى لاتخدم التخطيط الإعلامى بقدر خدمتها لآليات السوق وعلاقتها بحجم الجمهور واتجاهات التفضيل والاهتمام، وهذه يمكن أن تكون أكثر اهتماما من جانب رجال الاقتصاد والسوق والإعلان عنها من جانب رجال الإعلام وخبراء الاتصال لأنها سترتبط فقط بالتغير فى بناء الخصائص السكانية فى علاقتها باتجاهات التفضيل والاهتمام والتعرض .

٢- تركيب الظاهرة الإعلامية وتعقدها وارتباطها بالدرجة الأولى بالبيانات المعرفية والذهنية وآليات الإدراك، تجعل اخضاعها للدراسات الكمية وبناء النماذج الرياضية مرهونا بالمدى الزمنى القصير، أما المدى المتوسط والطويل فيزيد من صعوبة دراسة الظاهره الإعلامية فى المستقبل، ويتناسب المدى الزمنى عكسيا مع صدق التوقعات الخاصة بهذه الدراسة . خصوصا أننا مازلنا نلاحظ مدى التغير فى المفاهيم الخاصة بالاتصال والإعلام وبصفة خاصة بناء التأثيرات بتغير النظريات والأفكار الخاصة بالبناء المعرفى والإدراكى للإنسان .

٣- ويؤكد ما سبق عدم جدوى دراسة الظاهرة الإعلامية فى إطار جزئى تهتم بأحد العناصر فقط أو ببناء العملية الإعلامية بمعزل عن العمليات الاجتماعية الأخرى فى المجتمع .

وفى إطار التحفظات المذكورة فإننا نرى استبعاد المدخل الكمى الذى يعتمد على الأساليب الرياضية وبناء النماذج ، وكذلك المدخل الجزئى الذى يهتم بدراسة التغير فى أحد العناصر دون الأخرى - لأن العنصر الوحيد الذى يمكن دراسته والتوقع بالتغير فى خصائصه هو حجم جمهور المتلقين والتغير فى الخصائص السكانية أو الأولية التى ترتبط بالدراسات السكانية بالدرجة الأولى وعلاقتها بآليات السوق واقتصادياته . وبالتالى التوقع بكل ما يتصل بهذه المفردات أيضاً

فى العناصر الأخرى مثل التوسع فى الدراسات الأكاديمية المتخصصة وتأهيل القائم بالاتصال، أو التغير فى أنماط الملكية والتوقع بالتوسع أو الانكماش فى وسائل الإعلام، إلا أنه سيظل من الصعوبة دراسة التطور فى بناء الرسالة الإعلامية ورموزها دون دراسة معالم التغير الثقافى واتجاهاته فى المستقبل، أو تدعيم الاهتمام والتفضيل دون دراسة التغير الاجتماعى وعلاقته بالتغير فى الحاجات والدوافع...... وغيرها . وهذه جوانب تفرض الاهتمام بالمدخل الكلى فى الدراسات المستقبلية فى مجال الإعلام .

وعلى هذا فإننا نرى أن الدراسات المستقبلية فى مجال الإعلام تتميز بالآتى :

- تقوم على الدراسة الكلية للظاهرة الإعلامية وعناصرها وعلاقاتها فى المجتمع بناء على دراسة التطور فى نظم المجتمع وآلياته .
- أنها تعتمد على قاعدة عريضة من البيانات والمعلومات والحقائق الاجتماعية والفردية .
- يتم بناء التوقعات المستقبلية من خلال التركيز على الخصائص والسمات النوعية والعلاقات داخل المجتمع ومعالم التغير فيها، أكثر من التركيز على التغير الكمى ومسار المنحنيات والاتجاهات والسلاسل الزمنية .
- لا يمكن اغفال الذاتية فى رسم معالم التغير وبناء التوقعات، وغياب الضبط المنهجى الذى يوفر الحكم بصدق التوقعات ومداه .

وبناء على ذلك تصبح الأساليب التأملية والنماذج التعبيرية التى تعتمد على اسهامات الخبراء والمتخصصين فى بناء التوقعات هى الأكثر مناسبة فى رسم التوقعات الخاصة بحركة الظاهرة الإعلامية فى الدراسات المستقبلية .

ومن أهم الأساليب البحثية فى هذا المجال مايلى : جس روت فى چون ميد لتون ٨٥ : ١٠٠ - ١٠٩) .

١- أسلوب دلفى *Delphi Techinique* :

يعتمد هذا الأسلوب على جولات متعاقبة من الاستقصاءات مع مجموعة من الخبراء والمتخصصين فى موضوع ما، بقصد الوصول إلى الاجماع فى النهاية حول هذا الموضوع ، وتقوم الفكرة الأساسية لهذا الأسلوب على أن نتائج تفكير الجماعة تكون فى النهاية أكثر صلاحية من نتائج تفكير الفرد (*W.R.Borge & M. D.Gall 83:413-14*) .

ويتم الوصول إلى آراء المجموعة من الخبراء والمتخصصين بشكل منهجي ومنظم بإتباع الخطوات التالية :

١- تحديد عدد كبير من الخبراء وأصحاب الاختصاص في موضوع الاستقصاء، والحصول على موافقتهم على المشاركة في جولات متعاقبة من الاستقصاء والحصول على استجاباتهم في كل مرة .

٢- تحديد محتوى وبناء الاستقصاء الأولى، واختبار صدق الاستقصاء للتأكد من صلاحية المحتوى والبناء لتحقيق الأهداف .

وفي هذا الاستقصاء الأولي أو التمهيدي يمكن استخدام الاسئلة المفتوحة، حيث يمكن إعادة بناء الاسئلة للمرات التالية من خلال إجابات الاسئلة المفتوحة .

٣- دعوة كل مشارك من الخبراء والمتخصصين أن يضع اجاباته واستجاباته منفردا على الاستقصاء الأولي .

مثل تحديد إجابة كل فرد للسؤال الخاص بتحديد التغير في الحاجات الإعلامية للأفراد في المستقبل أو تحديد رؤية الفرد لكيفية مواجهة الاختراق الثقافي المتوقع نتيجة التوسع في استخدام الأقمار الصناعية وأطباق الاستقبال .

٤- تحليل جميع الاجابات وترتيبها لتحديد أوجه التشابه والاختلاف بين الأفراد وبعضهم .

٥- إعادة الاستقصاء مرة أخرى في صورة جديدة تضع في اعتبارها الاجابات السابقة على الاستقصاء الأول ومظاهر الاتفاق والاختلاف فيه .

وتزويد كل مشارك بإجابات الاخرين مقارنة بإجاباته وسؤاله عما إذا كان سيبحث تعديل إجابته أو تبرير الاختلاف .

ويمكن في هذا الاستقصاء تزويد الأفراد بمعلومات اضافية وطرح أسئلة جديدة .

٦- يتم تكرار الخطوات مع استمرار توضيح المواقف والاتجاهات المختلفة، للوصول إلى صيغة نهائية يتم الاتفاق عليها فيما يتعلق بالرؤى المستقبلية .

وهذه الجولات قد تصل إلى خمس جولات لنفس الخبراء والمتخصصين في نفس الموضوع إلى أن يصل الباحث إلى النتائج التي تتفق مع الأهداف المطروحة .

ويتميز هذا الأسلوب بالتالى :

- مشاركة عدد ضخم من الأفراد فى مختلف التخصصات وفروع المعرفة .
- مشاركة أفراد فى مناطق جغرافية متباعدة، دون تكبد نفقات انتقالهم أو اهدار الوقت فى حضور مقابلات أو اجتماعات .
- تفادى تأثيرات علاقات القوى بين الأفراد التى تظهر فى المقابلات الجماعية .

وعلى الرغم من هذه المزايا إلا أنه يتسم بعدد من الصعوبات المقترنة بتفسير الإجابات وتحليلها ، بجانب عدم اليقين الخاص بجدية الاهتمام والانتباه إلى التفاصيل التى تتميز بالكثرة والتكرار، بجانب الصعوبة الناتجة عن ملل المشاركين عن بعد دون الاحساس بالتفاعل مع الباحث والآخرين .

وعموما فإن الحاجة تبدو ماسة إلى استخدام أسلوب دلفى فى الدراسات المستقبلية عندما يتطلب البحث الاستعانه بعدد كبير من الخبراء والباحثين مع صعوبة الاتصال معهم وبينهم، أو فى حالة التوقع بوجود اختلافات حادة بين الخبراء، وكذلك إذا ماكان صدق البيانات يستلزم اخفاء المشاركين لاسباب معينة، وكذلك توفير حرية التعبير عن الآراء والأفكار وتدفقها بعيداً عن سيطرة الاغلبية أو تأثيرات الآخرين (سعيد رشاد ٩٧:١٣١) .

وحتى يمكن الاستفاده أكثر من هذا الأسلوب يمكن الجمع بينه وبين الاتصال الشخصى بين الخبراء والباحثين فى جلسات تعقد لهذا الغرض *Panel Discussion* يتم فيها عرض ما توصل إليه الباحث فى الرؤى المستقبلية من خلال جولات الاستقصاء، وإدارة الحوار بما يشجع على تدفق الآراء والتبريرات لتدعيم الاتفاق فى النهاية وتحقيق الاجماع .

٢- أسلوب الحث الفكرى *Brain Storming* :

ويطلق عليه الاستثارة الفكرية أو العصف الذهنى ، ويعتمد هذا الأسلوب على استثارة المتخصصين والخبراء على توليد الأفكار والآراء حول الرؤى المستقبلية فى مناخ يتسم بالود والألفة بين المشاركين بعيدا عن النقد أو ما يؤثر فى قبول الأفراد لاستمرار المشاركة . ويتطلب هذا الأسلوب إجتماع الخبراء والمتخصصين فى جلسة خاصة، وتنشيط الحوار بينهم حول ما يسهم به كل فرد من أفكار للوصول فى النهاية إلى مجموعة كاملة من الأفكار تشكل رؤية عامة أو اتجاه ما لوصف الصوره المستقبلية .

ويتطلب هذا الأسلوب اتخاذ الخطوات التالية :

١- تكوين مجموعة صغيرة من الخبراء والمتخصصين فى موضوع البحث من أربعة أفراد إلى أربعة عشر فردا ، ويفضل الأكثر معرفة وعمقا فى هذه المعرفة .

٢- عرض الموضع فى أبسط صورة وأكثرها إجمالا .

٣- عرض أسلوب العمل المشترك خلال الجلسة بشأن موضوع البحث، على سبيل المثال :

- حث كل شخص على ذكر أى فكرة ذات صلة بالموضوع مهما بدت خارجة عن المألوف وقبولها وتسجيلها .
- حظر اصدار الأحكام السلبية أو الناقدة لأفكار الغير .

٤- تكليف أحد الباحثين أو من يتولون إدارة الحوار بكتابة كل اسهام فكرى علنا على سبورة أو لوحة لتظهر المعلومات أمام الفريق كله .

٥- يتم الانتقال فى طرح العناصر أو الموضوعات الفرعية إلى مستوى تالى من حيث التعقيد ودعوة أفراد الفريق إلى القيام - بصفة فردية - بتبسيط العناصر، وتجميعها وترتيبها والانتقاء من بينها وفقا للمعايير الموضوعية . وبذلك يتم توليد مجموعة جديدة من الأفكار .

٦- يتم تكرار الخطوات نفسها ، مادام هذا التكرار يثمر ويسهم فى توليد أفكار جديدة يتم تسجيلها...... وهكذا حتى يتم الوصول إلى اتفاق أو اجماع حول الأفكار المطروحة والتطورات المتوقعة فى المستقبل .

ويتوقف نجاح هذا الأسلوب على قدرة قيادة الجلسة ومثابرة المشاركين فيها واستمرارهم بنفس المشاركة الحماسية . مع الوضع فى الاعتبار أن الأفكار وطرحها تعتمد على الحدس والانطلاق فى التعبير، وبالتالى فإن ما يمكن أن تكون الجلسة قد بدأت به من أفكار أو آراء غير مقبولة أو غير مألوفة يكون فى النهاية مقبولاً ومتفقا عليه .

ومما يؤخذ على هذا الأسلوب هو عدم إمكانية تحقيق التوازن بين الأفراد نتيجة علاقات القوى التى يمكن أن تظهر بينهم، وعدم اتفاق خصائصهم وصفاتهم الشخصية التى يمكن أن تؤثر فى فرض الآراء على الآخرين أو عدم قدرة البعض على توصيل آرائهم أو أفكارهم . ولذلك يتم الاعتماد بدرجة كبيرة على براعة

وقدرة قيادة الجلسة وتوجيهها إلى تحقيق الأهداف .

بالإضافة إلى أن هذا الأسلوب يحتاج من المشاركين بداية الاقتناع بأهمية الاستكشاف والتحليل بديلا عن الحلول الجاهزه والأمثلة المشابهة، حتى يمكن أن يسهموا بمختلف الأفكار مهما اختلفت قيمتها وطرحها للمناقشة وتبادل الآراء .

٣- أسلوب كتابة السيناريوهات *Senario Tichnique* :

السيناريو هو عبارة عن نص مكتوب يصف الوقائع والأحداث المتوقعة والعوامل المؤدية إليها وكذلك التصرفات أو أنماط السلوك التى تترتب على هذه الوقائع والأحداث .

ويمكن البدء فى كتابة السيناريو بالمعطيات وتطورها ثم صياغة التوقعات بناء على المعطيات وأوزانها وتطورها . ويرتبط هذا النوع بالنمط الاستطلاعى أو الاستكشافى للدراسات المستقبلية التى تعتمد على صياغة التوقعات بناء على نموذج للعلاقات بين المعطيات المختلفة ويطلق على هذا النوع **السيناريو الاستطلاعى**

وعلى الجانب الآخر هناك **السيناريو المعيارى** ويرتبط بالنمط المعيارى أو الاستهدافى للدراسات المستقبلية حيث تبدأ كتابة السيناريوهات بتحديد الأهداف المستقبلية ثم صياغة البدائل والمتطلبات المختلفة لتحقيق هذه الأهداف .

وفى كلا الحالتين فإن كتابة السيناريو يمكن تلخيصها فى السؤال ماذا ... لو؟ وبمعنى آخر فإن هناك تصورات عديدة وبدائل عديدة للتوقعات، أو الأهداف وكذلك متطلبات ومعطيات عديدة لحدوثها أو تحقيقها .

ومع التباين فى التوقعات وكذلك فى تحديد المعطيات أو المتطلبات يمكن أن تعد سيناريوهات متعددة كل منها يعبر عن اتجاه معين، ويتم الوصول فى النهاية إلى سيناريو واحد للتوقع وتحديد المتطلبات .

ويتضمن أسلوب كتابة السيناريوهات الخطوات التالية:

١- تحديد التوقعات البديلة أو الأهداف المطلوب تحقيقها فى المستقبل .

٢- تحديد مجموعات الأفراد من المتخصصين وذوى الخبرة، ممن يتبنون هذه التوقعات أو يؤيدون الأهداف المستقبلية .

٣- تتقدم كل مجموعة بوصف مكتوب للأهداف أو التوقعات وتصورها للمتطلبات أو المعطيات وتطورها .

٤- تحليل جميع السيناريوهات بواسطة فريق من المتخصصين والمستشارين لتحديد الأبعاد الوصفية الهامة فى كل سيناريو .

٥- الاتفاق على صيغة مشتركة لطرح التوقعات أو البدائل والأبعاد الوصفية بين الجماعات، مع استمرار التباين فى الأوزان القيمية لهذه الأبعاد الوصفية . ويمكن فى هذه الحالة إعادة كتابة السيناريوهات بعد تنقيتها والاتفاق على الأبعاد الوصفية المشتركة .

٦- وضع السيناريوهات والأبعاد الوصفية على مصفوفات تحدد الأوزان القيمة المشتركة لهذه الأبعاد . ويتم التقدير تنازليًا لهذه الأبعاد، ولتكن درجة من مائة أو الف حتى يسهل تحويلها إلى نسبة مئوية . بحيث تكون القيمة الأعلى للبعد رقم(١) والأقل لمايليه وهكذا .

٧- من خلال تحديد قيمة لكل بعد وصفى فى كل سيناريو، يتم تحديد قيمة كلية متوسطة لكل بعد وصفى فى السيناريوهات كلها .

٨- يتم لقاء المجموعات لتقييم السيناريوهات المقدمة بناء على الأوزان الكلية للأبعاد الوصفية، وإدارة جلسة حوار للتفضيل والترجيح ويمكن أن تدار بأسلوب الحث الفكرى لاختيار سيناريو واحد يقدم الصورة المستقبلية والتوقعات المرتبطة بها أو التى يمكن من خلالها تحقيق الأهداف .

ويرتبط نجاح هذا الأسلوب باختيار المشاركين من الخبراء وأصحاب الاختصاص وتوزيعهم فى مجموعات تتسم بالتكافؤ . مع القدره على الاتفاق فى تحديد الأبعاد الاساسية أو الهامة فى بناء السيناريوهات وكذلك القيم والأوزان التى تعطى لهذه الأبعاد والاتفاق عليها .

وهذه الأساليب الثلاثة السابقة هى أساليب تستهدف الوصول إلى الإجماع بين الخبراء والمتخصصين فى الآراء أو الأفكار باستخدام أدوات مختلفة، وتعتمد فى النهاية على حث هؤلاء الخبراء والمتخصصين علـى التفكير والتعبير والاتفاق حول مفاهيم أو رؤى واحدة، ولذلك فإنه يمكن تطبيقها فـى الدراسات المستقبلية كما يمكن تطبيقها فـى دراسات وبحوث أخرى تعتمد فـى نتائجها على الإجماع .

كما أنها ليست الأساليب الوحيدة التى يمكن الاستفادة منها فى الدراسات الإعلامية المستقبلية، فحيث يتوفر الكم فى المعطيات يمكن بناء النماذج الرياضية واستخدام الأساليب الإحصائية والكمية . وكذلك يمكن الاستفادة بأسلوب المناظرة مع تجارب الدول والمجتمعات فى التحليل سواء بمحاكاة هذه التجارب، أو الاستفادة منها .

ونود أن نشير إلى أن كل الأساليب الخاصة بالدراسات المستقبلية لاتصلح للاستخدام مع الدراسات الإعلامية فى كل الظروف . ولعلنا لذلك ركزنا على الأساليب التى تعتمد بالدرجة الأولى على الحث الفكرى واستثارة القدرات الخاصة بالحدس والابداع . وهو ما يتفق مع طبيعة الظاهرة الإعلامية وتشابكها وتعقدها، واعتبار أن الانسان هو محور حركة هذه الظاهرة وأنماط السلوك هى هدف هذه الحركة . وهذا ما يزيد من صعوبة دراسة الظاهرة الإعلامية فى اتجاه المستقبل حيث لاتهدى الأرقام والاحصائيات والأبعاد الكمية إلى سهولة التوقع بأنماط السلوك، وكذلك لاتكفى الدراسات الجزئية فى بناء قاعدة تتسم بالكفاية والشمول لبناء هذه التوقعات .



الدراسات الكيفية والبحث النقدى

قدمنا فى الفصل الأول من هذا الكتاب تحديداً لخصائص الظاهرة الإعلامية يتلخص فى أنها ذات طبيعة ديناميكية وتتسم بالتغير والتدفق المستمر لارتباطها بالعملية الإعلامية التى تتسم بهذه السمات، بالإضافة إلى أنها ذات طبيعة إجتماعية ولاتعمل بمعزل عن حركة النظم والسياقات الإجتماعية الأخرى . وكذلك صعوبة التحكم فى عناصرها الإجتماعية والسلوكية بإعتبارها ظاهرة إنسانية تحكمها الإرادة الحرة والاختيار وتتأثر بمنظومة القيم والعقائد والأفكار فى المجتمعات المختلفة .

ويترتب على هذه السمات صعوبة الضبط الكمى الدقيق فى دراسة هذه الظاهرة وعدم كفاية دراسة عناصرها فى إطار جزئى لتقديم تفسيرات علمية صادقة .

وهذا التحديد لخصائص الظاهرة الإعلامية- من وجهة نظرنا- يثير البحث فى مدى كفاية المناهج والتصميمات المنهجية التى تعتمد على الملاحظة الحسية المباشرة للواقع الفعلى لتقديم التفسيرات الخاصة بحركة هذه الظاهرة وعلاقاتها، خصوصاً بعد أن تزايدت الدعوة إلى رفض هذه المناهج وأدواتها ونتائجها بالتالى فى دراسة الظاهرة الإنسانية فى العلوم الإجتماعية بصفة عامة على الرغم من استقرارها لعقود طيلة فى إطار الإتجاهات الوضعية *Positivism* التى اعتمدت عليها العلوم الإجتماعية بعد أن حققت نجاحاتها مع العلوم الطبيعية .

هذه الإتجاهات التى أكدت على الطريقة العلمية بإعتبارها المصدر الأساسى للمعرفة، والتمرد على الأفكار الميتافيزيقية والعداء الشديد لها . وفى محاولة لاضفاء الطابع العلمى على العلوم الإجتماعية شأنها شأن العلوم الطبيعية التى تتعامل مع الواقع المحسوس وتقوم بدراسته من خلال خطوات منظمة ومحايدة، ولا فرق أن يكون موضوع الدراسة هو الظاهرة الطبيعية أو الظاهرة الإنسانية مادام من الممكن اخضاعها للملاحظة المباشرة والتجريب لأنها الأكثر دقة وإتساقا مع المنطق العقلى واليقين .

وبذلك يرى أصحاب الإتجاهات الوضعية أن الوقائع الإجتماعية تخضع للملاحظة والتجريب بطرق مشابهة للطرق المستخدمة فى العلوم الطبيعية، فهى أشياء يمكن دراستها بمعزل عن مظاهرها الفردية والإنطباعات الذاتية، وتوجيه البحث والدراسة إلى كل ماهو مدرك حسيا .

وتركز الإتجاهات الوضعية على وصف الواقع المحسوس وصفا كميا *Quantit-atine* دون اهتمام واضح بسلوك الإنسان فى إطار علاقاته التاريخية أو الإجتماعية (صلاح قنصوة ٨٠:١٠٩-١٢٥ & أحمد عطية ٩٩:٥٩-٦٥) .

وتؤكد الوضعية على عدد من المسلمات مثل الحياد العلمى، وثبات واستقرار النظام الإجتماعى والتكامل العضوى وأسبقية المجتمع على الفرد .

ولعل أهم الإتجاهات الوضعية فى العلوم الإجتماعية هى الامبريقية والوظيفية وهى التى تميز معظم البحوث والدراسات الإعلامية حتى الآن وبصفة خاصة فى الولايات المتحدة الأمريكية والتى تحاكيها الكثير من دول العالم . وإذا كانت هذه الإتجاهات تمثل المعالم البارزة لبناء المجتمع الأمريكى وعلاقاته، فإنه من الطبيعى أن ينعكس هذا البناء على إتجاهات البحث والدراسة فى مجال الإعلام وسماته .

الأمبريقية والوظيفية فى الدراسات الإعلامية

لعل من أبرز الخصائص التى تميز البحوث والدراسات الإجتماعية بصفة عامة والإعلامية بصفة خاصة هو إغراقها الشديد فى الميل إلى التجريبية والتعامل مع الواقع المادى المحسوس، والتركيز على دراسة الجزء- التجزئ- أكثر من دراسة الكل، وهذا أيضًا أهم ما يميز الدراسات الإعلامية فى أمريكا منذ النشأة ومعظم دول العالم فى محاكاتها لهذا النموذج فى الدراسات الإعلامية .

وهذا الميل الشديد إلى عدم الإعتراف بالمعرفة التي يتم تحصيلها عن غير الحواس، أو الخبرة الذاتية بالواقع المادي- الامبريقية- هو أحد المقولات الأساسية للوضعية الإجتماعية فى محاكاتها للعلوم الطبيعية .

والامبريقية *Empiricisn* مشتقة من الكلمة اليونانية *Empeiria* التى تعنى الخبرة، والخبرة مصدرها الحواس، وبالتالى فإن المعرفة الإنسانية تستمد شرعيتها من مرورها بهذه الحواس، حيث تصبح بذلك قابلة للتحقق من صدقها .

ويترتب علـى ذلك :

- عدم الإعتراف بالمعرفة التى لاتصلح للاختبار والتحقق، فالاختبار والتحقق من خلال الملاحظة والتجريب هو الطريق إلى اليقين، وهذا ما يميز العلم . وغير ذلك ينتمى إلـى دوائر القيم والأخلاق والأدب التى لايمكن وصفها بالعلمية ، لأن من أهم خصائص العلم هو اليقين، وما يعرفه الفرد عن طريق الحواس لامجال للشك فيه .
- البحث العلمى هو أساس بناء النظريات وليس العكس، وبالتالى فلا مجال للإعتقاد بنظريات لم تمر بخبرة البحث والتقصى . لأن البحث هو أداة اليقين والنظريات هى أفكار تم التأكد من صدقها بعد أن تم اختبارها والتحقق منها .

وهذا يفسر اهتمام المدرسة الغربية بصفة عامة والأمريكية بصفة خاصة بالبحوث التطبيقية التى تعتبر المدخل الوحيد لاكتساب الخبرة من الواقع المادى المحسوس . ومن هنا فإن النظريات التى تأتى من خلال الحدس أو التخيل، أو المعرفة الناتجة عن الاستنباط العقلى لايتم الإعتراف بها لأنها لم تمر بمراحل الاختبار والتحقق من صدقها .

وقد استقرت هذه المبادئ فى الفكر العلمى منذ البدايات الأولى للوضعية الإجتماعية وتطورها، وتأكيد هذه المبادئ من خلال أفكار جون ستيوارت مل وجون لوك.... وغيرهم . الذين رأوا أن المعرفة مصدرها الخبرة الحسية، وهو ماثبت نجاحه فى العلوم الطبيعية وماثبت نجاحه فى العلوم الطبيعية يصلح للاستخدام فى أى مجال علمى آخر .

وهذا فى رأيهم هو المدخل أيضًا إلى **تحقيق الموضوعية** *Objectivity* حيث لامجال لتأثير الأفكار الذاتية التى لم يتم اختبارها . وحيث يستقل الواقع الذى يتم

دراسته عن الفرد تماما، ويقترب الفرد من هذا الواقع بحواسه وليس بأفكار غير موجودة فعلاً فى الواقع .

ويأتى تحقيق الموضوعية باعتباره مطلبًا منهجيًا علميًا فى زيادة الإهتمام والميل الشديد نحو البحوث التطبيقية ورفض النظريات والأفكار النظرية المسبقة أو الأفكار النظرية التى تقوم على التأمل العقلى وحده. كما أن هذا المطلب يتطلب استخدام المصطلحات الوصفية التى يمكن الاتفاق عليها، والابتعاد عن التعبيرات اللفظية التى يمكن أن نختلف عليها فى وصف الوقائع والأشياء . وتؤكد بالتالى مفهوم الاتفاق مع العلوم الطبيعية فى دراسة الظاهرة البحثية، فكان الإتجاه إلى بناء المقاييس وأدوات القياس والتقدير التى يمكن من خلالها وصف الواقع والأشياء وصفًا كميًا *Quantitative* والتعبير عنه بالصيغ الرياضية التى لايختلف عليها إثنان ويمكن اختبارها فى سهولة ويسر مما يحقق مطلب الموضوعية والالتزام بالحياد فى دراسة الظاهرة وعرض نتائجها .

وفى ذلك ترى أن الالتزام بوحدة المنهج العلمى فى العلوم الطبيعية والانسانية، والاعتماد على التعامل مع الواقع المادى من خلال الحواس فقط ورصد الوصف والقياس بالطرق الرياضية أو الاحصائية يحقق فى النهاية مطلب الموضوعية والحياد، وعزل تأثيرات ذاتية الفرد عند دراسة الظاهرة الإجتماعية .

ومن هنا كان اهتمام الرواد الأوائل من علماء الإجتماع بالبحوث التطبيقية التى اعتمدت على الاستقصاءات وتحليل محتوى الإعلام الظاهر من أمثال لازر سفيلد وزملائه فى بداية الثلاثينات من القرن الماضى وتأثر بها الباحثون بعد ذلك فى أمريكا وعنهم فى الدول الأخرى بعد ذلك . دون النظر إلى الطبيعة الإنسانية بصفة عامة، وتأثير تدخل الباحث الذاتى وطبيعة الظاهرة الإعلامية بصفة خاصة .

وعلى الجانب الاخر فإن تأثيرات الوضعية العلمية على الدراسات الإجتماعية ظهرت أيضًا فى مفهوم الدراسة الجزئية للظاهرات الإجتماعية . ذلك أن مفهوم وحدة العلوم أثر أيضًا فى رؤية النظريات الإجتماعية لبناء المجتمع، كما يرى علماء البيولوجى الكائن الحى على أنه بناء متكامل وثابت من الأعضاء التى يقوم كل منها بوظيفة معينة تساعد على وجود هذا الكائن واستقراره... وبالتالى كانت رؤية

علماء الإجتماع للمجتمع محاكاة لهذا النموذج الطبيعى.. وكانت بالتالى أساس نظرية البنائية الوظيفية *Structural Functionalism* أساس قيام المجتمعات الغربية- الرأسمالية- واستمرارها، وتفسير العلاقات بين عناصر المجتمع على هذا الأساس الوظيفى . وتقوم هذه النظرية على أن تنظيم المجتمع وبناءه هو ضمان استقراره، وذلك نظراً لتوزيع الوظائف بين عناصر هذا التنظيم بشكل متوازن يحقق الإعتماد المتبادل بين هذه العناصر .

وكانت هذه النظرية بالتالى هى المدخل للدراسات الميدانية المتعددة التى تعتمد على الملاحظة المباشرة للأنساق والأجزاء القائمة داخل المجتمع - الفئات- بداية بالفرد إلى عناصر التنظيم الإجتماعى . مع التأكيد على الأدوار الوظيفية التى تتمثل فى السلوك الفردى بداية ثم سلوك العناصر والأجهزة والأدوار فى المجتمع للكشف عن الوظائف والأدوار وعلاقتها بثبات المجتمع واستقراره .

ومن هنا كان تأثير فكرة البنائية الوظيفية على تجزئ البحوث والكشف عن وظائف النظم والجماعات وتقويم أدوارهم . وكانت بالتالى مدخلاً لفكرة الاستقصاء والملاحظة الميدانية لسلوك الأفراد والفئات، والكشف عن رد الفعل تجاه ما تقوم به وسائل الإعلام من وظائف وأدوات تمثلت فى بحوث القراءة والاستماع والمشاهدة التى حاولت أن تجيب فى إطار جزئى عن الاسئلة الخاصة بسلوك التعرض بصفة عامة عند بعض الفئات أو الجماعات واهتمامهم وتفضيلهم بما تقدمه وسائل الإعلام. ومن جانب آخر تحليل محتوى الإعلام للإجابة على الأسئلة الخاصة بماذا تقول وكيف تقول؟ وذلك فى إطار الوظائف المتعددة لوسائل الإعلام فى الظروف المختلفة .

وهذا يفسر التوسع فى الدراسات الميدانية وتحليل محتوى الإعلام أيضًا والخروج بنتائج وصفية للتعرض والإهتمام والتفضيل للأفراد والفئات المختلفة . على أمل أن تحقق هذه الدراسات تكاملا فى وصف النسق أو النظام الإعلامى ككل كما دعا إلى ذلك روبرت ميرتون الذى كان يرى أن النظام الإجتماعى يمكن وصفه عن طريق الوظائف التى تقوم بها المؤسسات المختلفة فى هذا النظام .

وفى رأينا أن الالتزام بالوضعية الإجتماعية ومقولاتها الشائعة التى تمثلت فى الاهتمام بالدراسات التجريبية والتطبيقية كأساس لبناء النظريات وليس العكس

والالتزام بالحياد والموضوعية من خلال المنهج الصارم وأدواته فى الضبط الكمى، والاتجاه نحو دراسة الجزء كمدخل لدراسة الكل- الاستقراء- فى بناء النظرية العلمية فى العلوم الإنسانية مثلها مثل العلوم الطبيعية، فى رأيى أن الالتزام بهذه المقولات، حتى مع تطبيق الوضعية الجديدة أو المنطقية، أدى ذلك فى وصف الدراسات الإعلامية بالآتى :

١- أنها تتمسك بالتطبيق والتجريب الميدانى بداية للوصول إلى المعرفة الحسية التى يمكن اختبارها والتحقق من صدقها وهى خاصية **الامبريقية**.

٢- الالتزام بتطبيقات المنهج العلمى فى العلوم الطبيعية الذى يؤكد التزام الباحث وحياده فى البحث والدراسة بما يحقق مطلب**الموضوعية** .

٣- محاولة الضبط المنهجى من خلال استخدام أدوات منهجية للقياس والتقدير والتقرير بأوصاف لايمكن الاختلاف عليها وهى الأوصاف الرياضية أو الإحصائية. وذلك يتمثل فى **التكميم أوالالتزام بالكم** فى الوصف والتقدير .

٤- الإعتماد على الاستقراء بدراسة الجزء أولاً للوصول إلى وصف الكل، أدى ذلك إلى الاهتمام **بالدراسة الجزئية** للظاهرة الإعلامية، وفى كثير من الأحيان كان يتم صياغة الفروض والتعميمات النظرية من خلال نتائج هذه الدراسات الجزئية وحدها .

وبالإضافة إلى المعالم الأخرى للوضعية الإجتماعية يمكن أن نحدد معالم الدراسات الإعلامية فى أمريكا والدول التى حاكتها من خلال خصائص الامبريقية والكمية والجزئية التى تعرضت لنقد عنيف بعد ذلك من مدارس فكرية أخرى فى أوربا وبعض الدارسين فى أمريكا .

نقد الوضعية
فى الدراسات الإعلامية

على الرغم من استمرار الدراسات الوضعية ورؤيتها لاستقاء المعرفة الإنسانية فى مجال العلوم الإجتماعية فإنها تعرضت فى منتصف القرن السابق إلى نقد شديد تمثل فى آلية البحث والدراسة العلمية مع الإنسان محاكاة للعلوم الطبيعية وإغفالها لأهم مايميز الفرد والفردية والتى تتمثل فى فكرة الحرية والاختيار والمسئولية التى تفرق بين الفرد والشئ وفى نفس الوقت تعكس العلاقة بينهما والحكم عليها .

وهذه العلاقة لاتحكمها قواعد ثابتة أو قوانين للسلوك، يمكن إخضاعها للملاحظة والتجريب . بل إن الباحث فى الدراسات الإجتماعية والإنسانية يتعامل مع عالم من صنع الإنسان ذاته، وكل ما فيه من رموز ومعان صاغها الإنسان أيضاً . وبالتالى فإنه لايجب إغفال الجوانب الخاصة والذاتية فى الإنسان والاكتفاء بالتعامل مع الظواهر الخارجية والأنشطة المتكررة فقط . فلكل فرد ذاتيته وخصوصيته التى تختلف عن الآخرين وبالتالى فإن الدراسة يجب أن تتجاوز حدود العلاقة بين الفرد والأشياء إلى المعالم الإدراكية للأفراد عن الأشياء، لأن هذه المعالم الإدراكية هى التى تصنع الأشياء فى أذهان الأفراد نتيجة الخبرة الذاتية التى يعتبر دراستها بنفس أدوات البحث فى العلوم الطبيعية أمرا غير مقبول . وأن الخصائص المميزة للوضعية والإمبريقية فى هذه الحالات تعطى صورة مضلله عن عالم الفرد الداخلى والحقائق النفسية والمعنوية والخلقية وخبراته الذاتية التى تحدد علاقته بالأشياء .

وأن الموضوعية والتجرد من الذاتية التى تعتبرها المناهج والأدوات الأمبريقية السمة الأساسية لها، هى ضرب من الوهم، لأن التجزئ الذى تتم به هذه الدراسات يؤدى إلى تقرير الوضع الراهن والمحافظة عليه - لغياب بناء العلاقات فى الإطار الكلى وتجنبها - وهذا يعبر فى ذاته عن موقف ايديولوجى يهدف إلى تقرير هذا الواقع وتأكيده .

كما أنه يصعب تجرد الفرد من ذاتيته تماماً فى البحث العلمى بحيث يمكن الحكم بالموضوعية المطلقة وسيطرة الأدوات المنهجية على عملية الضبط، مادمنا فى إطار التعامل مع العمليات العقلية للإنسان، لأنه لايمكن أن تتفق العمليات البيولوجية والعقلية فى إمكانيات الضبط بنفس المستوى العلمى . وبالتالى فإن هذا يشير إلى وهم الموضوعية الذى يعتبر السمة الأساسية المميزة للبحوث الإمبريقية .

وبالإضافة إلى ذلك فإن الاستخدامات الإحصائية والكمية فى دراسة الظاهرة الإنسانية هى محاولة لتثبيت الظاهرة الإنسانية فى وضع الرصد والتحليل . وهذا لايتفق مع طبيعة الظاهرة الإنسانية التى تتسم بالتغير المستمر وتخضع حركتها لمفاهيم الحرية والإرادة والاختيار بما يشير إلى أن مفهوم الضبط الكمى فى هذه

الحالات واستخداماته لايعبر عن حقائق ولايصلح للاستفادة به فى تفسير الظاهرة فى إطارها الديناميكى وعلاقاتها المتجددة فى إطار السياق الإجتماعى العام .

وبالتالى فإن آليات الضبط وتحقيق الموضوعية فى العلوم الإنسانية بصفة عامة لايصلح الإعتماد عليها لتقرير النتائج التفسيرية للظاهرة الإنسانية والإجتماعية .

وكما تستند الوضعية والامبريقية إلى عدد من النظريات والمقولات، فإن معارضة الوضعية والامبريقية تستند أيضًا إلى عدد من النظريات والمقولات التى تتفق فى معظمها على أن السلوك الإنسانى لاتحكمه قوانين عامة، أو قواعد قياسية وأن هذا السلوك هو نتيجة لفهم الإنسان للعالم المحيط به وتعريفه له، وبالتالى فإن فهم هذا العالم هو محاولة ذاتية للفرد نفسه، ولايمكن أن يكون هذا الفهم نسخة مكررة لدى كل الأفراد لاختلاف الخبرة الذاتية لدى كل منهم، مما يحتاج إلى دراسات أعمق لبناء العلاقات بين سلوك الأفراد وبيئاتهم ومجتمعاتهم وخصائصها الثقافية التى تؤثر فى خبرات هؤلاء الأفراد وتفسيرهم للأشياء والعلاقات فى إطار هذه البيئات والمجتمعات الثقافية .

وتجد هذه النظريات والمقولات صداها فى فروع عديدة من علم الإجتماع وعلم اللغة، وعلم الانثروبولوچى والسياسة وغيرها . وهى نفسها التى تجد صداها فى الفكر النقدى للدراسات الإعلامية الذى يقوم على رفض اتجاهات البحث ونتائجه فى المدرسة الأمريكية التى تعتمد فى معظمها على الفكر الامبريقى .

ومن هذه المقولات والأفكار تلك التى تتمثل فى ثلاث مدارس فكرية هى : مدرسة علم الظاهرات *Phenomenology* ومدرسة الطريقة العلمية فى دراسة الفئات *Ethnomethodology* ثم التفاعلية الرمزية *Symbolic Interactionism*. والأخيرة تعتبر قاسما مشتركا لما تعتمد عليه العلوم الإجتماعية الأخرى فى دراسة الفرد وعلاقته بالواقع المحيط به . وتعتبر فى نفس الوقت الأساس الفكرى للتفسيرات الخاصة بتأثيرات وسائل الإعلام ودورها فى بناء الحقائق الإجتماعية أو إعادة تشكيلها .

وتتفق هذه المدارس الثلاث فى الاهتمام بالطرق الكيفية فى تفسير الظواهر أكثر من الطرق الكمية (لويس كوهين، لورانس مانيون ٩٠: ٥١-٥٦) .

وتنادي مدرسة علم الظاهرات بدراسة سلوك الإنسان بمظاهر خبراته، وليس من خلال حقائق موضوعية خارجة عنه ويتفق مفكروها على عدد من المعالم أهمها: الإيمان بأهمية الشعور والوعى الذاتى للإنسان، وفهم الوعى على أنه هو الذى يمنحنا المعنى، وإن هناك تركيبات معينة أساسية للوعى يمكن إدراكها بشئ من التفكير والتأمل .

وبذلك فإن الفرد هو الذى يحدد المعنى بناء على ما ترسب فى الوعى من أصول هى التى تسقط المعنى على الخبرات الحياتية اليومية . وكذلك يعتبر مفكرو هذه المدرسة أن معرفة الفرد بالحياة اليومية موجهة بعوامل مجتمعية . وهذا يشير إلى أن العوامل المجتمعية تترسب فى الوعى الذى يسقط المعنى بالتالى على الخبرات الحياتية اليومية . وبهذا ترى هذه المدرسة أن مظاهر خبرات الفرد هى أساس الدراسة .

وتركز مدرسة الطريقة العلمية لدراسة الفئات على أهمية دراسة الأنشطة العملية، والظروف العملية والتفكير الإجتماعى العملى كموضوعات للدراسة الامبريقية، والاهتمام بما يحدث فى الحياة العادية اليومية وعدم اغفال الظروف غير العادية التى قد تكون نادرة . وذلك من خلال فهم الناس للحياة اليومية وبالتالى الطريقة التى يتصرف بها الفرد أو يتفاعل بها فى محيطه الإجتماعى . ويتم هذا بدراسة الظاهرة من داخل الأفراد أنفسهم لامن خارجهم .

وهناك مجالان للدراسة فى دراسة الفئات :

الأول : يهتم باللغة حتى يمكن الوصول من خلال تحليل الحوارات والمناقشات إلى فهم أعمق لما تحتويه من مضامين لاتظهر لو أننا اعتمدنا على المعانى المسلم بها .

والثانى : يهتم بدراسة الطرق والوسائل التى يتعامل بها الأفراد مع المواقف الإجتماعية التى يتواجدون فيها، وبالتالى معرفة إدراك الأفراد لبيئتهم وتنظيمهم لعلاقاتهم .

أما التفاعلية الرمزية فنجد صداها فى معظم الدراسات والمقولات الإعلامية التى تهتم بالعلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع ودور هذه الوسائل فى بناء المعنى وصياغة الحقائق الإجتماعية، وتفسير مدركات الفرد للواقع الذى ترسمه وسائل

الإعلام والتباين بينه وبين الواقع الحقيقي، والتى نجد أصولها فى أعمال چورچ ميد وتشارلز كولى، وتتلخص أفكارها فى أن سلوك الفرد نحو الأشياء يتحدد طبقاً لإدراكه لمعناها، وهذا المعنى يكتسبه الأفراد من خلال التفاعل الإجتماعى وبالتالى تتوحد المعانى نحو الأشياء والرموز المشتركة من خلال هذا التفاعل . وبالتالى يهتم أصحاب هذه المدرسة بدراسة الرمز وبناء المعنى وطرق بناء المعنى ودور التفاعل الإجتماعى فى هذا البناء . وتركز الدراسات بالتالى على التفاعل والأنشطة الحيوية بين الأفراد، بإعتبار هذا التفاعل هو مصدر بناء المعانى وتفسير المواقف المختلفة .

وبذلك نرى أن هذه المدارس تركز على أهمية دراسة الوعى لدى الأفراد فى إطار علاقته بالمجتمع ودور التفاعل بينهما فى بناء الصور والمعانى التى تفسر المواقف الحياتية اليومية . وهذا لايمكن دراسته من خلال التركيز على المظاهر الخارجية لسلوك الفرد والتى تهتم بالإجابة على السؤال من......؟ وماذا......؟ ولكنها تحتاج إلى دراسة أعمق للإجابة على الأسئلة كيف......؟ ولماذا......؟ والتى تعطى بعداً كيفياً لوصف الظاهرة الإعلامية فى إطار العلاقات الكلية التى تؤثر فى مدركات الفرد وخبراته الذاتية وبالتالى فى سلوكه وإتجاهاته . وتحتاج إلى فهم أعمق للسلوك وأسبابه بدلاً من الإكتفاء بدراسة مؤشراته . مما لا تكفى فيه الدراسات الجزئية لوصف الأفراد أو مؤشرات السلوك وهى السائدة فى الدراسات الإعلامية التطبيقية التى تهتم بالإجابة على الأسئلة من......؟ وماذا......؟ وكذلك يؤدى هدف الدراسات المتعمقة إلى عدم الإعتماد على الوصف الكمى فى وصف الوعى والإدراك وبناء الرمز وبناء العلاقات مع الغير، ويتطلب الدراسة الكيفية المتعمقة التى تعتمد على أدوات منهجية تسمح بالتأمل والحدس وبناء النتائج الصادقة .

ويضاف إلى المدارس السابقة التى تركز على فهم الإنسان بداخله وطرق بناء علاقاته وتفاعله مع الآخرين، يضاف إليها المدارس والنظريات التى تجد صداها واسعاً فى الدراسات الإعلامية فى أوربا والدول النامية التى تقف فى إتجاه نقدى يرفض الإتجاه الامبريقى الذى تعتمد عليه الدراسات الأمريكية فى الإعلام، والذى يغفل الفرد كإنسان والآليات العقلية فى العملية الإعلامية والتفسير بالتالى .

وهذه النظريات والمقولات إعتمدت بداية على أفكار مدرسة فرانكفورت فى العشرينات التى رفضت بشدة إغفال الفرد - كإنسان - وعدم الإهتمام بالبناء الفكرى والعقلى الذى يقوم بصنع الواقع الذى يعيشه، وبالتالى فإنه يمكن تغيير هذا الواقع مادام من صنع الإنسان . ولذلك كانت ترفض بداية التفسير العلمى القائم على المناهج الوضعية فى دراسة المجتمع الإنسانى، وفى أقلها فهو تفسير غير ملائم أو غير مقنع وإن كان يعتبر مضللاً عند بعضهم . ومن هنا وجدوا تفسيرا لاستخدام المناهج الوضعية فى الدراسات الثقافية والإعلامية يتمثل فى أنها تساعد على تأكيد الوضع الراهن، وهو سيطرة الصفوة على المجتمع وتوجيه صناعة الإعلام والثقافة لخدمة مصالحها . حيث تقف هذه الدراسات عند الحدود الجزئية التى تصف مظاهر السلوك دون التعمق فى الدراسة الكلية للعلاقات بناء على رؤى ونظريات مسبقة للعلاقات الكلية . وبالتالى فكما أن وسائل الإعلام تعمل من خلال مضامينها إلى تأكيد هيمنة الصفوة على المجتمع فإن البحوث أيضاً تعمل على تثبيت هذه الهيمنة، حيث لاتدرس الظاهرة فى إطار المنظور الكلى الذى يجيب على التساؤلات العديدة بقيام المؤسسات وأهدافها وطرق إعداد المحتوى واختيار الرموز ودلالات المعانى وكيفية تفسير جمهور المتلقين لهذه الرموز والتعرف على المعنى والدلالة.... إلى آخره . وذلك فى إطار نظرية كلية تحدد هذه المفاهيم والعلاقات والأدوار .

وعلى الرغم من تعدد الأفكار والمقولات النقدية والتى تعتمد أساسًا على نقد العملية الإعلامية وأهدافها فى المجتمعات الرأسمالية وتهدف إلى بناء مجتمع مثالى يضع الفرد فى إعتباره بالدرجة الأولى . على الرغم من تعدد هذه الأفكار والتى تعكسها نظريات خاصة مثل مدرسة فرانكفورت والنظرية النقدية الثقافية، ونظرية الاقتصاد السياسى والنظرية الماركسية فى الإعلام، فإننا يمكن أن نجمل أفكارها فى الإطار المنهجى للدراسات الإعلامية فى الآتى :

١- أنها ترفض الدراسة الامبريقية التى تعتمد على الفكر الوضعى فيما يتعلق بالاهتمام بالعالم المادى المحسوس فقط . وترفض التقليل من قيمة البحوث والدراسات التى تهتم بالانسان والعالم العقلى الذى يؤثر فى سلوكه وبناء علاقاته .

٢- أنها ترفض أيضًا الدراسة الامبريقية التى تعتمد على الاستقراء والاكتفاء

بدراسة الجزء للوصول إلى الكل . حيث ترى النظريات النقدية أن هناك دائماً نظرية تقع وراء أنماط السلوك أو العلاقات أو الوقائع والأحداث والممارسات .

٣- تعترف بأن الأبعاد الايديولوجية والمواقف وذاتية الباحث تؤثر كثيراً فى تحقيق مطلب الموضوعية فى العلوم الإجتماعية . وإن الدراسات الجزئية هى بداية تعبير عن غياب الموضوعية لأنها تخدم أهداف الباحث وبالتالى الأفكار والايديولوجيات التى تقوده . وأن كثيراً من البحوث التى تعد لخدمة المؤسسات الإعلامية، بل والدراسات الخاصة بالتعرض وخصائص جمهور المتلقين إنما تخدم أساسا حركة السوق وعلاقاته .

٤- ولذلك أيضاً نجد أصحاب هذه النظريات يرفضون الأدوات الخاصة بالتكميم فى الدراسات الإعلامية، حيث يهتمون بالأسئلة التى لايجدون إجابات لها، وليس بالأسئلة التى يمكن صياغة إجاباتها فى بدائل معروفة فى الاستقصاءات . وكذلك التحليل الكمى للرموز الظاهرة . لأنهم يهتمون بالدرجة الأولى بالمعانى والدلالات التى تشير إليها هذه الرموز وأسباب استخدامها من جانب وسائل الإعلام، وتفسيرها من جانب جمهور المتلقين فى إطار عملية الترميز .

ولذلك فإن النظريات النقدية فى مجملها ترفض الدراسة الامبريقية التى لاتساعد الباحث فى الحصول على إجابات لأسئلة ليس لها إجابات لديه، وأنه من الصعوبة وضع استقصاءات محايدة وموضوعية لدراسة الظاهرة الإعلامية، وإن الدراسة الكمية تعتبر مقيدة لهم يجب أن يتخلصوا منها للحصول على الاستجابات التى تساعد فى بناء الصورة الحقيقية عن الظاهرة الإعلامية بإعتبارها ظاهرة إجتماعية (*S.J.Baran & D.K. Davis 95 : 314-21*) .

وقد أدى الإهتمام الشديد بالبحوث الامبريقية فى الدراسات الإعلامية الامريكية إلى العجز عن كشف الملامح الأساسية للظاهرة الإتصالية كلها . وكما يقول هارولان إنه على الرغم من العدد الهائل من الدراسات التى أجريت حتى الآن فى مجال الاتصال فإن معلوماتنا عنها إذا إعتبرناها كافية فإنها غير متوازنة، لأننا نعلم عن بعض عناصر الاتصال أكثر مما نعلم عن البعض الآخر، ونعلم عن

بعض الأشكال أيضًا ، وعن بعض جوانب الإتصال أكثر مما نعلم عن البعض الآخر (حمدي حسن ٩٦: ١٥) .

وقد سبق أن قدمنا أن تأثير الوظيفية قد أثر على اتجاهات البحث فدعم مفهوم الدراسات الجزئية لوصف بنا ءات العناصر فى العملية الإعلامية ووظائف هذه العناصر . بالإضافة إلى الاهتمام بدراسة الجزء أولاً وأن يلى ذلك بناء النظرية . كل ذلك أدى بالتالى إلى تدعيم الجزئية والوصف الكمى .

وأدى ذلك إلى تصاعد المعارضة للمدرسة الأمريكية بواسطة الخبراء الأوربيين أمثال هالوران وستيوارت هول بالإضافة إلى خبراء المدرسة النقدية فى أمريكا نفسها من أمثال شيلر والتشيل وجيمس كران وميخائيل چورفيتش وتيودور أدرنو وآخرين ، يرون أن البحوث الامبريقية أغفلت بهذه الدراسات الجزئية والاهتمام بالكم، أغفلت القيم الثقافية وهذا يشير إلى وجود مصلحة وراء ذلك . وفى دراسات عديدة كان هناك اعتراف بوجود هذه المصالح سواء لوسائل الإعلام ذاتها أو تقرير الوضع الراهن الذى يخدم المصالح المسيطرة فى المجتمع .

ويمكن أن نلخص إتجاهات النظريات النقدية الثقافية فى أنها تبدأ من خلال افتراضات عن العالم الذى نعيشه، ويكون التركيز ليس حول البحث ذاته ولكن حول مجال البحث وتطرح أسئلة يتم تكرارها تتمثل فى السؤال حول الحقيقة حيث أنه ليس هناك ما يؤكد وجود حقيقة قائمة، وتأكيد الحقيقة أو إنكارها يرتبط بإتجاهنا نحوها أو ماندركه عنها .

وأن كل ماندركه عن القيم ليس موضوعيًا ولكنه بناء إجتماعى وهذا يتأثر بالمجتمع والزمن الذى نعيشه . وبالتالى فكل البحوث لاتعكس اتفاقًا أو حقائق، حيث لايمكن إغفال السياق أو الإتصال الذى يعطى للحقيقة معانى متعددة، لأن الأفراد يستخدمون المعنى الذى يمكنهم من الإتصال والتفاعل وإكتساب المعرفة . ولذلك فإن البحوث التقليدية لاتتسم بالموضوعية أو الحيادية لأن مفهوم الحقائق يتأثر بإتجاهنا نحوها . ويخلصون إلى أن البحوث التقليدية - بناء على ذلك - تهتم بتدعيم الوضع الراهن حيث تركز على الممارسات القائمة أكثر من الممارسات ذاتها (*J.R.Fraenkel & N.E.Wallen 93:12-13*) .

ولذلك كان البحث عن بدائل منهجية للبحوث التقليدية تلبى حاجة هذه الدراسات فى الدراسة الكلية للظاهرة الإعلامية وعلاقاتها وإتساقها بما يعطى

تفسيرا كيفيا لحركة الظاهرة واتجاهاتها .

وهذه البدائل نجدها فى صياغات متعددة فى دول أوربا وأمريكا وبعض من دول العالم الثالث مثل النظرية النقدية، أو النظرية الثقافية، أو الإتجاهات التفسيرية.... إلى ولكنها تجتمع كلها فى النهاية حول أهمية الوصف والتفسير النظرى للظاهرة الإعلامية فى السياق الإجتماعى العام ودراستها فى إطار كلى يتجاوز الأزمات التى تعرضت لها دراسة هذه الظاهرة بتأثير الإتجاه الامبريقى فى الوصف وتقرير النتائج .

ويمكن أن تجتمع كل هذه الأفكار أو النظريات فى إطار منهجى واحد يهتم بالدراسة الكيفية *Quanlitative Studies* التى تحاول أن تحقق أهداف هذه النظريات والمقولات من خلال أساليب وأدوات منهجية تركز على الثقافات والقيم والإنساق والعلاقات للخروج بتفسيرات وإجابات لم تستطع الدراسات الامبريقية الخروج بها .

المعالم الأساسية للدراسات الكيفية

يسود اعتقاد خاطئ بأن الدراسات الكيفية هى مجرد الوصف المقابل للدراسات التى تعتمد على الأساليب الرياضية والإحصاء فى العمل ورصد النتائج والتى يطلق عليها الدراسات الكمية . ولكنها تعتبر إطار منهجياً يحدد إتجاهات البحث فى الظاهرات والمشكلات الإعلامية فى وجود أفكار أو مقولات خاصة بها يضعها الباحث من خلال آليات التعامل مع الظاهرة مثل الملاحظة المباشرة أو غير المباشرة أو رصد معانى ودلالات الرموز السائدة.... وغيرها التى تجعل الباحث يتصدى من خلال التأمل والحدس والإطار النظرى للتجارب السابقة إلى وصف الظاهرة ومحاولة الكشف عما يعتقده حقيقة فى حركة هذه الظاهرة وعناصرها . ويمكن أن يستقى معلوماته وبياناته بشكل كمى أو إحصائى، إلا أنه لايقبلها كماهى، ولكن يقوم بالفحص الناقد لهذه الأرقام والإحصاءات وبناء العلاقات بينها حتى يقرر صلاحيتها أو عدم صلاحيتها أو يتقبلها بإعتبارها حقيقة أو لايقبلها .

ولذلك فإننا لانتفق مع تعريف ويمر ودومنيك للدراسات الكيفية فى أنها تصف وتحلل الظاهرة دون قياس محدد للمتغيرات ودون استخدامات إحصائية، على

الرغم من أن البيانات يمكن التعبير عنها كميا مثل الدراسات القانونية أو التاريخية أو النقدية (R.D.Wimner et al., 83 : 19) فقد حصر التعريف فى الإعتماد على القياس الكمى أو تجنيبه . بينما تعتبر الدراسات الكيفية إطارا منهجيا يسمح للباحث بالتعامل مع الظاهرة دون قيود أو ضوابط يحددها البحث الامبريقى . ولذلك يمكن أن يخرج الباحث بخلاصات أو نتائج ليس لها دليل أو برهان ملموس . ولكنه يؤكدها من خلال الأساليب المنهجية المختلفة التى تقوم على المنطق والبرهان الرياضى فى كثير من الأحوال . فالدراسات الكيفية يمكن أن تصل إلى نتائج ذات قيمة وإن كانت تفتقر إلى الدليل والبرهان الملموس، بينما يكون لدى الدراسات الامبريقية الدليل والبرهان والعلاقات الرياضية ولكنها تصل إلى نتائج لاقيمة لها من الناحية الإجتماعية . لأنها تغفل الفرد وآليات السلوك وتهتم بمؤشرات السلوك فقط .

فالدراسات الكيفية هى إطار أوسع من مجرد بديل لاستخدام الأرقام والإحصاء أو الضبط الكمى.فهى تهتم بدراسة الإنسان بالدرجة الأولى وآليات النشاط الإبداعى فى خلق رموز وبناء صيغ تعطى معنى للحياة التى يعيشها .

ويعرفها كليفور كريستيانز وجيمس كارى **بأنها محاولة ذاتية واعية لاستعادة الروح النقدية والحرة للبحث العلمى** . وهى لاتنظر للعلوم الإجتماعية بوصفها مماثلة للعلوم الطبيعية، ولكن بأنها علوم منفصلة لدراسة البشر . ولاتنظر للمجتمع على أنه مجموعة من الحقائق المحايدة التى يتم تبويبها وتصنيفها، ولكن على أنه إبداع نشط لأفراد هذا المجتمع(C.G.Christians & J.W.Cary.,In: G.H.Stempel III & B.H.Westley 81:246) .

إن الباحث فى الدراسات الكيفية هو أساس العمل فى هذه الدراسات منذ توليد الإنطباع الكلى عن حركة الظاهرة وجمع بياناتها وتحليلها وتسجيل النتائج. ويهتم الباحث فى هذه الدراسات بالعملية نفسها بقدر اهتمامه بالمنتج . ولذلك يهتم الباحث بالإجابة على الأسئلة الخاصة كيف يفكر الأفراد.......؟ ولماذا يفكرون بهذه الأسباب ، يهتم الباحث أيضًا بالدوافع والأسباب والأهداف والقيم (J.R.Frankel & N.E.Wallan93:380-1) .

ويراعى أن الدراسات الكيفية تهدف إلى دراسة الواقع الراهن، ولايغير من

هذا الهدف الربط بين التجارب التاريخية ومايحدث حالياً في المجتمع . ولذلك فإن المصدر الأساسي للبيانات هو المجتمع والبيئة والأفراد والعمليات الإجتماعية كما تحدث فعلاً . وأن المعالجة اللفظية التي تربط بين الإعلام والوقائع التاريخية التي تعتمد في دراستها على النقد الفاحص تعتبر دراسة تاريخية، ولاتعتبر في إطار الدراسات الكيفية وإن اتفقت معها في بعض الخصائص. بينما يكون إهتمام الدراسات الكيفية هو الظاهرات الخاصة بالواقع الثقافي بالدرجة الأولى، وعمليات بنائه وأدواته . وترتب على ذلك وضع المفاهيم الخاصة بالدراسات النقدية/ الثقافية/ والكيفية في إطار معرفي واحد حيث تمثل كل منها بديلاً عن الآخر وخصوصاً في الدراسات الإعلامية، التي يكون محور الدراسة في أي منها هو العمليات الخاصة ببناء الرمز والمعنى والتفسيرات الخاصة من خلال آليات وأدوات دراسات اللغة والأفكار والعقائد والقيم .

ويصبح استخدام مفهوم الدراسات الكيفية *Qualitative* أكثر حياداً من استخدام المفاهيم الأخرى التي تتسم بالجدلية في المفهوم ذاته أو مع المفاهيم الأخرى، مثل الجدلية بين مفهوم الدراسات الثقافية ومفهوم الاقتصاد السياسي حيث يرى كل منهما عدم كفاية الآخر للتحليل الثقافي في علاقته بوسائل الإعلام (*W.B.Gudykunst & Y.Y.Kim 84:49*) .

ولذلك فإننا نؤكد على مفهوم الدراسات الكيفية بوصفها الإطار المنهجي لدراسة الظاهرة الإعلامية من خلال المداخل النظرية المختلفة مثل النظرية النقدية/ النقدية الثقافية/ الإقتصاد السياسي/ نظريات الهيمنة والتبعية..... إلى آخره .

وتشير الأدبيات الخاصة بمعالم الدراسات النقدية والثقافية وبالتالي معالم الدراست الكيفية، إلى أنه يمكن تحديد معالم الدراسات الكيفية التي تحدد أسلوب البحث واختيار أدواته في المعالم التالية :

١- تهتم بدراسة الظاهرة في حالتها الراهنة.دون أي تدخل بالمعالجة أو التجريب، أو ضوابط تؤثر في النتائج أو المخرجات.ولذلك تعتبر الملاحظة الطبيعية أو المباشرة *Naturalistic Observation* أحد المتطلبات الأساسية في الدراسات الكيفية، ويتصدر الإهتمام في الملاحظة النشاط الرمزي الذي يميز الخبرات الإجتماعية والفردية ويعكسها سواء من خلال صور الإتصال المختلفة أو من خلال وسائل

الإعلام . وهذا ما يدعو إلى الإهتمام بالرموز اللغوية ومعانيها ودلالاتها .

٢- تهتم بمفهوم العملية *Process* سواء فى دراسة الظاهرة أو دراسة عناصرها، فهناك على سبيل المثال القائم بالإعلام وعملية استقاء المعلومات والعلاقة مع المصادر المختلفة، والمؤسسة وعملية الإنتاج بالإضافة إلى عملية التلقى وليس مؤشرات التلقى .

٣- ينتقل مفهوم العملية بالباحث إلى ضرورة دراسة الظاهرة فى سياقها الكلى، فالإعلام عملية إجتماعية، وبالتالى لاتدرس الظاهرة بمعزل عن العوامل أو التأثيرات الإجتماعية فى علاقتها بالعملية الإعلامية ومخرجاتها .

٤- وهذا يتطلب بالتالى دراسة العملية فى إطار النظم الديناميكية التى تتسم بالتغير المستمر سواء كان بتأثير العوامل الخارجية أو العوامل الداخلية التى تتسم هى الأخرى بالتغير أيضًا . وهذا ما يجعل دراسة العملية الإعلامية فى حالتها الاستاتيكية التى يمكن وصفها بالأرقام والإحصاءات أمراً غير مقبول فى هذه الدراسات .

٥- ومن هنا يسود التعامل مع البيانات الكيفية فى العرض والتحليل، نتيجة إهتمام هذه الدراسات بالفرد والخبرات الذاتية والتعمق فى التفاصيل والبحث، وهو مالايمكن إخضاعه للقياس الكمى .

٦- أهمية التحليل المقارن واستدعاء النماذج والتجارب المشابهة أو غير المشابهة لبناء الاستدلالات، وبناء التراكم المعرفى الذى يفيد بزيادة التعمق فى الظاهرة وحركتها وعلاقاتها .

٧- دراسة العقائد والايدلوجيات واستدعاؤها يعتبر أمرا مهما، سواء كان بالنسبة للظاهرة الإعلامية ، حيث لا تغفل هذه الدراسات الأدوار العقائدية التى تلعبها وسائل الإعلام فى المجتمع ، أو ارتباطها بالقوى والنفوذ والسلطة فى المجتمع .

وكذلك بالنسبة للباحث حيث تمثل خبراته الذاتية بصفة عامة مدخلا للبحث والفهم . مع مراعاة تمثل الحياد والموضوعية بقدر الإمكان، وإن كانت الموضوعية المطلقة مستحيلة، فإن الذاتية المفرطة تؤثر فى موثوقية البحث ونتائجه . والباحث فى هذه الدراسات يبحث ويتقصى للفهم والإدراك وليس للتبرير أو

الدفاع . وأهمية الخبرة الذاتية للباحث تظهر فى أنها جزء هام من بيانات الدراسة .

٨- تتجنب الدراسات الكيفية التصميمات المقيدة والأساليب المغلقة فى دراسة الظاهرة ولذلك تتميز هذه الدراسات بالتحرر من كل القيود والضوابط التى أرستها المدرسة الامبريقية . حتى يمكن الوصول إلى الفهم الكامل للحقائق وليس مجرد الوصول إلى مؤشراتها .

٩- الإتفاق المسبق على المفاهيم والمصطلحات وتحديدها بصفة قاطعة، لأن هذه الدراسات تهتم بالدرجة الأولى بالعمليات العقلية وبناء الرمز والمعنى وصياغة الحقائق الإجتماعية، وهذه كلها أمور يمكن أن تختلف بإختلاف المدارس الفكرية أو المداخل العلمية أو تطبيقاتها على مدار الزمان والمكان .

تشير هذه المعالم فى نفس الوقت إلى أن هذه الدراسات تتجنب المناهج والتصميمات المنهجية التقليدية التى تسعى إلى الوصف المجرد للظاهرة الإعلامية وعناصرها أو بناء العلاقة السببية بناء على مقارنات بين عينات- مشكوك فى تمثيلها- أو جماعات مقارنة لايعبر عنها سوى أرقام أو احصاءات لمؤشرات الاستخدام أو التعرض . وليس التعرض ذاته أو العوامل المؤثرة فيه . ولذلك تتهم هذه الدراسات الأدوات المنهجية التقليدية بالقصور والتضليل فى رصد الحقائق . وتهتم بالدرجة الأولى بالملاحظة المباشرة للفرد أو الأفراد، والتفكير الحدسى للعلاقات، والتحليل اللغوى والدلالى لرموز الإتصال ومحتوى الإعلام لأنه يعكس الأفكار السائدة وطرق بنائها وعلاقاتها العقائدية .

أساليب البحث
فى
الدراسات الكيفية

على الرغم من صور النقد المختلفة التى تعترض على المناهج والأساليب التى طورتها الدراسات الامبريقية، إلا أن النظريات والمقولات المتعددة التى ساقت صور النقد المختلفة لم تصل حتى الآن إلى مناهج وأدوات خاصة يمكن أن تختلف عن تلك التى تعتمد عليها الدراسات الامبريقية . لكنها لاتزيد عن محاولات لتكييف المناهج والأدوات القائمة لخدمة التفسير، أو استعادة الأساليب الخاصة بالدراسات الأدبية ودراسات الدلالة .

ولانبالغ إذا قلنا أن قليلاً من الدراسات الكيفية التى إعتمدت على مناهج وأدوات أخرى غير المناهج والأساليب الخاصة بدراسة النصوص فى الرسائل الإعلامية وتحليل دلالة الرموز . وذلك يعود بالدرجة الأولى إلى البنايات النظرية التى تقف وراء الأفكار والمقولات الخاصة بالنقد والتفسير فى الدراسات الإجتماعية بصفة عامة والإعلامية بصفة خاصة . مثل نظرية التفاعل الرمزى لبناء العلاقة بين الرموز اللغوية ودلالاتها فى الثقافة الواحدة، أو استخدام الرموز اللغوية فى عمليات ترميز تهدف إلى ترسيخ معان معينة فى المجتمع تخدم أهدافا خاصة . وكذلك النظريات المعرفية والنظريات الخاصة بتشكيل الحقائق الإجتماعية . وكلها تهتم بالرموز اللغوية ودورها فى الثقافة المحلية أو انتقال الثقافات أو الهيمنة الثقافية..... وغيرها وكلها تخدم مقولات وأفكار المدارس النقدية الثقافية والاقتصاد السياسى والمدارس التفسيرية فى العلوم الإجتماعية ومنها الإعلام .

وذلك بالإضافة إلى التصميمات المنهجية والأدوات الخاصة بالدراسة المتعمقة للفرد والجماعة والتنظيمات فى إطار الثقافة المجتمعية الأكبر .

ويمكن أن نركز فى هذا الصدد على أساليب دراسة الفرد والجماعة فى الظاهرة الإعلامية، والأساليب الخاصة بدراسة الرموز اللغوية والتحليل الكيفى للرسالة الإعلامية، بالإضافة إلى تحليل النظم السابق الإشارة إليه فى الفصل السابع .

المقابلة والملاحظة المباشرة

تتعدد أهداف المقابلة الشخصية *Interview* والملاحظة المباشرة أو الملاحظة بالمشاركة *Participant Observation* فى كونها وسائل لجمع البيانات، أو أنها أدوات بحثية يمكن استخدامها لاختبار فروض بحثية أو صياغتها، وبصفة خاصة فى تقويم الأفراد أو المواقف . وذلك لصلاحيتها فى الدراسة المتعمقة والاقتراب الكافى لمعرفة الدوافع والميول والإتجاهات .

ولذلك يتم الإعتماد عليها فى الدراسات الكيفية بإعتبارها أدوات منهجية يتمكن الباحث من خلالها سبر أغوار المبحوثين ووصف المواقف والوقائع عن قرب . وبالتالى يمكن من خلالها الوصف الدقيق للإستجابات وطريقة القيام بها، والعلاقات ومستواها والمشاركين فيها، وإتجاهاتها، وآثارها على الأفراد والمجموعات، لأن الهدف فى الدراسة الكيفية لايكتفى بمجرد الحصول على

الاستجابة ولكن بوصف الإستجابة فى إطار الظروف والمواقف المختلفة . حيث تركز هذه الدراسات على الفعل *Action* وبصفة خاصة الفعل الإجتماعى *Social Action* الذى يعطى معنى معينا للرموز فى علاقتها بالمواقف والوقائع والأحداث .

فالباحث لايكتفى بالإستجابة فى حد ذاتها أو الإجابة على السؤال ماذا...؟ ولكنه يهتم بوصف الإستجابة، ودوافعها، والعلاقات التاريخية بهذه الإستجابة . وهذا ما توفره المقابلة الشخصية أو الملاحظة المباشرة .

والمقابلة أو الملاحظة المباشرة فى هذا المجال يجب أن يتوفر فيها التفاعل النشط، وتخطيط المواقف المشتركة حتى تكون مجالا للرصد والتسجيل الواقعى الذى يقدم إجابة على الأسئلة الخاصة بتفسير الأفعال والسلوك المقصود فى المواقف المختلفة * .

دراسة دلالة الرموز اللغوية

لانبالغ إذا قلنا أن المحور الأساسى فى الدراسات الكيفية وأطرها النظرية يدور أساسا حول الرموز اللغوية فى الرسالة الإعلامية ودلالاتها أو العلاقة بين الرمز والمعنى، وطرق بناء الأفكار وأهدافها . فهى تنظر إلى الأفكار باعتبارها صياغة عقلية -كما يقول ستيوارت هول. وبناء وطريقة لترميز الحقائق وتصنيف المشروعات وقواعد للمباريات فى الدلالة، ولذلك تتعامل مع الرموز اللغوية من هذا النص وليس من مجرد كونها كلمات . وهذه الرموز التى تستخدم فى وسائل الإعلام هى عبارة عن صياغة للأفكار المسيطرة، والتى يفسرها المتلقى أيضًا فى الإطار المرجعى الذى تم ترميزها من خلاله ، ويظل المتلقى بالتالى داخل دائرة الرموز المهيمنة أو المسيطرة . وهذا هو الدور المهنى لوسائل الإعلام فى الترميز *Proffesional Code* أو ما يسمى ما وراء الترميز *Meta Code* الذى يؤكد على عملية الهيمنة من خلال ترميز الأفكار التى تعمل وسائل الإعلام على نشرها (*S.Hall 84:128-38*) .

وهذه الرؤية لرموز الرسالة الإعلامية تعتبر الملتقى لكل الأفكار والمقولات النظرية النقدية و الثقافية والماركسية وكل الأفكار التى ترى فى صياغة الرموز اللغوية واختيارها فى إطار مرجعى معين أو سياق ما، ترى فى ذلك وسيلة لتحقيق

* راجع بالتفصيل : الباب الرابع – الفصل الرابع عشر من هذا الكتاب .

أهداف معينة يسعى القائم بالإتصال إلى تحقيقها من خلال البناء والمستوى اللغوى والدلالى لهذه الرموز المختارة .

ولذلك تركز هذه الدراسات على علاقات وسائل الإعلام من خلال مخرجاتها المتمثل فى المحتوى والنظر إلى المحتوى كبناء لغوى من الرموز الهادفة التى تختار بعناية من بين الإطار المرجعى لفكر الصفوة وأهدافها، والتى تهدف إلى تشكيل الحقائق فى أذهان المتلقين بما يتفق مع هذا الفكر وأهدافه من خلال هذه الرموز اللغوية المختارة .

ومن هنا كان تجاوز الدراسات الكيفية للصيغ التقليدية فى تحليل محتوى الإعلام بمفهومه الكمى الامبريقى السائد ،الذى لايلبى حاجة الدارسين إلى الاقتراب من البناءات المتعددة للرموز اللغوية الهادفة فى علاقاتها بالأفكار والسياسات والعقائد. وهذا مالايوضحه التحليل التقليدى لمحتوى الإعلام-التحليل الكمى لمحتوى الظاهر- حيث يتجاهل هذا الأسلوب الشروط والظروف الخاصة بإنتاج الرسائل الإعلامية واختيار رموزها ،وبمعنى آخر يتجاهل التحليل الكمى العلاقة بين اختيار الرموز وتركيبها وبين الواقع الإجتماعى الذى تم فيه إنتاج الرسائل الإعلامية ونشرها .

ولذلك فإن دراسة الرمز والدلالة هى التى يمكن أن تكشف عن الجوانب المختلفة للعملية الإعلامية، وتصف العلاقات مع النظم الإجتماعية بما تعكسه من معان تؤكد أهدافا معينة لهذه النظم والقوى المسيطرة فى المجتمع . وبناء على ذلك لم تعد الدراسات الثقافية تركز على المؤسسات الإعلامية والوسائل بوصفها بناءات أو أجهزة ومعدات، ولكنها تركز بالدرجة الأولى على كيفية بناء الرسالة الإعلامية ودورها فى عرض الحقائق أو تشويهها .

ولاتكتفى هذه الدراسات بالرموز الظاهرة فى محتوى الإعلام، ولكنها تبحث فى الحقائق الكامنة وراء بناء هذا المحتوى فى إطار بناء إدراكى لكل من القائم بالإتصال والمتلقى فى علاقتهما بالواقع الإجتماعى . وبذلك لايغفل الدارسون العلاقة بين النص أو النصوص التى أعدها القائم بالإتصال فى إطار عملية إنتاجية كاملة، والنص أو النصوص التى يتلقاها المتلقى فى إطار عملية إدراكية كاملة، وبين الواقع الإجتماعى الذى يؤثر فى عملية إنتاج المحتوى وعملية تفسيره فى نفس الوقت .

ولذلك كان هناك إتجاهان فى هذه الدراسات :

الأول : وهو الإعتماد على القراءة التأملية أو الإنطباعية النقدية للنص أو الرسالة الإعلامية، وتسجيل هذه الإنطباعات فى علاقتها بالإطار الفكرى والمرجعى للباحث فى غياب طرق أو أدوات أو معايير، إكتفاء بالمعرفة الواسعة للباحث وقدرته على الربط بين النص والواقع الإجتماعى فى زمن معين .

الثانى : استلهام المناهج والأساليب الخاصة لعلوم اللغة والدلالة فى وصف النص ونقده، من خلال مايسمى بتحليل الأسلوب وتحليل الدلاله وتحليل مسار البرهنة . وقد سبق أن أشرنا فى الفصل التاسع إلى بعض من هذه الأساليب فى إطار التحليل الكمى لمحتوى الإعلام، بوصفها أساليب تهتم ببنية النص الداخلية والعلاقة بين مكوناته فى إطار مفاهيم دلالة الرموز والعلامات .

وعلى الرغم من ذاتية الإتجاه الأول إلا أنه يقترب من التحليل الكمى للمحتوى فى تركيزه على المحتوى الظاهر أيضًا، وإن كان يشار إليه دائما بالمقابل للتحليل الكمى لأنه لايعتمد على الكم فى رصد الملاحظات النقدية وتسجيلها بناء على أدوات للتصنيف والعد . ولكنه يعتمد على التحليل الكيفى من خلال الرصد والتسجيل الإنطباعى للمعالم المتكررة فى المحتوى الظاهر للإعلام .

ولذلك نجد زيادة الإتجاه نحو توظيف المناهج والأساليب الخاصة بعلوم اللغة والدلالة،وتحليل السياق بالذات الذى يستمد من العديد من النظريات المبكرة والحديثة التى اهتمت بدراسة المعنى مثل النظريات الإشارية *Referential Devotation Theory* التى ترى معنى الكلمة من خلال إشارتها إلى شئ غير ذاتها أو من خلال الإشارة المباشرة إلى الشئ الخارجى عنها أو من خلال الفكرة أو الصورة الذهنية عن الشئ الخارجى أو المشار إليه . وهذه النظرية تدرس الظاهره اللغوية خارج إطار اللغة، ولذلك لابد أن نكون على علم دقيق بكل شئ فى عالم المتحدث .

وكذلك النظرية التصورية *Ideational-Imag* أو النظرية العقلية *Mentalists* التى تنظر إلى اللغة بإعتبارها وسيلة أو أداة لتوصيل الأفكار . وبالتالى فإن كل تعبير لغوى يجب أن يكون له معنى فى ذهن المتحدث، ويساعد التعبير المتلقى على إدراك هذا المعنى ويستدعى نفس الفكرة فى عقل المتلقى . بالإضافة إلى النظرية السلوكية *Behavioral Theory* التي تعطى اهتمامها لما يمكن ملاحظته من استجابات للصيغ اللغوية بإعتبارها مثيرا للمتلقى .

ولقد اهتمت هذه النظريات بالكلمات والمفردات المنطوقة فى البدايات المبكرة لمحاولات دراسة المعنى أو الدلالة . ومع التطور بدأت تظهر أفكار ومداخل أخرى تهتم بالعلاقة بين الدال والمدلول أو المنظور الثنائى بين اللفظ والمعنى فى علم الدلالة وعلم العلامات . ويتفقان على أن اللغة تعمل بوصفها نظاما للرموز يحدد العلاقة بين الجانب المادى فى اللغة وهو الرموز أو العلامات المكتوبة أو المسموعة والجانب الذهنى فى اللغة وهو المدلول . وذلك فى إطار الثقافة العامة للمجتمع .

ودون الدخول فى تفاصيل هذه النظريات والمداخل الخاصة بتحليل الظاهرة اللغوية . فإن ما يهمنا فى هذا المقام تحديد الطريقة أو الأسلوب الذى يمكن أن يقف الباحث من خلاله على خصائص العلاقات التى يرسمها نظام اللغة وبناء الرموز، والخصائص الثقافية من خلال تحليل الدلالة بصورها المختلفة- والتى نجد لها تراثا كبيرا فى علوم اللغة والنقد الأدبى - ودراسات النص الأدبى والدراسات النقدية فى العلوم الإجتماعية بصفة عامة وعلم اللغة بصفة خاصة .

وهناك العديد من المداخل فى الدراسات الثقافية . تهتم بالكشف عن كيفية تناول الأفراد لبناء الرموز بإختلاف المستويات الهرمية فى العالم المحيط بنا، أو التركيز على بناء المعنى أو طرق الحديث والتى تعتبر أحد المظاهر الثقافية فى العملية الإنسانية الإبداعية للخطاب الثقافى وذلك فى مدرسة الفعل الإجتماعى *Social Action* بالإضافة إلى المداخل الخاصة بمدرسة دراسة الفئات-السابق الإشارة إليها-التى تهتم بتحليل العلاقة بين التبرير الذى يمارسه الأفراد والبناء الإجتماعى فى نصوص معينة وبصفة خاصة فى الإتصال الثقافى.أو فهم آليات تغيير الحديث أو الخطاب فى إطار عمليات التفاوض ومايكتسبه الأفراد من معان خلال عمليات الترجمة . وكذلك العلاقة بين نمذجة الخطاب ونظام المعتقدات الثقافية فى مفاهيم الإجتماع المعرفى، ويهتم بكيفية بناء التوقعات الثقافية وتأثيرات المعتقدات على استخدام نماذج الحديث فى الخطاب الإجتماعى، وماهى مساهمة نماذج وتوقعات الأفراد والمعانى فى عملية الخطاب، وماهى المتغيرات الإجتماعية والثقافية الكامنة التى تؤثر على التفسيرات المعرفية فى عملية الخطاب . بالإضافة إلى المدرسة البنائية *Construction School* التى تهتم بدراسة العمليات التنموية فى النظام المعرفى التى تقف وراء نوعية الإتصال فى مختلف النصوص وهذه المدرسة تركز على شكل ووظيفة الإتصال فى علاقتها بالتفاعل الإجتماعى اليومى،والنظر إلى الفاعلين فى المجتمع

كمفسرين لبيئتهم الثقافية وبالتالى التعرف على المشاركة الثقافية بإعتبارها النظام الأولى لبناء الحقيقة(S.ting-Toomey.,In W.B.Gudy Kunst & Y.Y.Kim 84:173-77) .

وبالإضافة إلى ذلك هناك العديد من المداخل التى تهتم بها دراسات النقد الأدبى ودراسات النص وتعدد المعانى وتعدد النصوص . وهى كلها دراسات إعتمدت على التحليل الكيفى فى كثير منها والكمى فى بعض منها لبناء العلاقة بين نظام اللغة والبناء الثقافى والإجتماعى والخروج بتقديرات وأحكام لعملية التأثير من خلال النصوص بأنواعها وفنونها المختلفة .

وفى معظم هذه الدراسات يعتمد الباحث على تفكيك النص إلى وحدات لغوية سواء فى إطار تحليل الدلالة أو غيرها وإعادة تركيبها مرة أخرى فى إطار العلاقات التى تشير إليها المعانى أو الأصول أو الجذور والخروج بأحكام وتفسيرات خاصة بالبناء الإجتماعى والعلاقات السائدة داخله .

ورغم تعدد هذه الدراسات فى مجالات علوم اللغة وتطورها، فإنها لاتكفى فى مجال دراسة الحديث *Conversation* أو الخطاب *Discourse* التى تهتم بالحوار مع الغير، أو التبرير فى مواجهة الغير، أو الاقناع..... وغيرها من الأهداف التى نجدها فى الكتابات الصحفية أو الأحاديث واللقاءات الإذاعية أو الخطاب السياسى الذى يعده المسئولون بمستوياتهم المختلفة ليحقق الأهداف سالفة الذكر . فالحديث والخطاب بداية هو أداة الإتصال بالغير ويعتمد على بناءات لغوية واستشهادات تحقق هدف إعداده وكتابته وإذاعته أو نشره .

وفى إطار تحليل الخطاب *Discourse Analysis* لاتكفى المناهج والأساليب الخاصة بالتحليل والتفكيك ومعرفة الجذور والعلاقات اللغوية للاستدلال عن المعنى . ولكن يتطلب تحليل الاستشهادات والأدلة والبراهين التى يعتمد عليها المتحدث أو المحاور فى الاثبات فى إطار وحدة النص . وبالتالى الكشف عن العقائد والأفكار التى يدور فى إطارها النص والمتحدث ومدى تمسكه بها .

ويعتبر **تحليل مسار البرهنة** أحد الأساليب التى يعتمد عليها الباحث فى تحديد الحجج والبراهين التى يعتمد عليها المتحدث لاثبات المقولات والأفكار الواضحة والصريحة فى الخطاب أو الحوار مع الغير والتى تتخذ أساسا للحكم على الإتجاهات الفكرية والعقائدية للخطاب والمتحدث .

ورغم حداثة هذا الأسلوب إلا أن استخدامه بدأ يتسع فى الدراسات الكيفية التى تعتمد على الدراسات اللغوية فى أوعية الحديث والكتابات الصحفية حول الموضوعات والأمور الجارية . للكشف عن العقائد وخصائص الثقافات والإتجاهات ... وغيرها من الأمور التى لاتكفى فيها الدراسات الكمية أو الرجوع إلى التصنيفات الخاصة بالرموز ومصادرها واشتقاقاتها وعلاقاتها .

ويتميز هذا الأسلوب بمحافظته على بناء النص واكتفاء الباحث بالتعامل مع وحدتين أساسيتين فى التحليل :

١- المقولات التى تشير إلى فكرة أو معنى معينا يعتبر أحد عناصر العقيدة أو الفكرة العامة مثل: مجانية التعليم ضرورة حياة لمصر/ القطاع العام هو السند الاقتصادى فى مواجهة الأزمات/ العدالة الإجتماعية ضرورة لتحقيق السلام الإجتماعى ..... .

٢- الحجج أو البراهين التى تؤكد هذه المقولات أو تنفيها، تؤيدها أو تعارضها، تدعمها أو تقلل من قيمتها .

وعادة ما تكون الحجج أو البراهين هى استشهادات من المتحدث أو الكاتب بالوقائع التاريخية، أو المقارنات، أو المصادر المتعددة فى الحياة اليومية، أو الإعتماد على المنطق، أو الإحصاءات.... إلى آخره .

ويشير رصد المقولات- وهى عناصر بناء الخطاب - إلى وصف العقائد والأفكار ويستكمل الرصد وصف خصائص هذه العقائد والأفكار وإتجاهاتها . وتشير الحجج والبراهين إلى عمق التمسك بهذه العقائد والأفكار والالتزام بها . ولذلك فإنه فى الحالتين يمكن الإعتماد على المؤشرات الكمية فى رصد خصائص الحجج والبراهين وتصنيفها، ولكن يظل العرض الكيفى هو الأساس فى دراسة النص والاستدلال . حيث يعتمد فى هذه الحالة على الاستقراء للعلاقة بين المقولات وتكرارها وترتيبها وبين الحجج والبراهين وقوتها فى بناء استدلال صادق حول وصف العقائد والأفكار وخصائصها .

وتعتبر "الجملة" التى تعكس فكرة ما عنصرا من عناصر تحليل الخطاب، وكذلك الجملة التى تعرض دليلا أو برهان . ولذلك تعتمد الدراسة على دراسة الجمل فى إطار السياق الأكبر لتحديد الإتجاه الفكرى .

وفى هذا الإطار نفرق بين المقولة الفرعية والمقولة الأساسية . ذلك أن المقولة الأساسية تعتبر هى الإطار الجامع لمجموعة المقولات الفرعية . مثل "عداء الغرب لم يكن لنا يد فى تكريسه" مقولة أساسية . "فهو الذى بدأ بالعدوان فى ٥٦" مقولة فرعية، و"هو الذى بدأ الحصار الاقتصادى فى منتصف الخمسينات" مقولة فرعية .

وفى هذا الإطار نفرق بين المقولة الفرعية والحجج والبراهين- فالجملتان السابقتان يختلفان عن الحجج الخاصة ببداية العدوان، أو الحجج الخاصة بالحصار الاقتصادى لتحقيق أهداف سياسية معينة .

ومن هنا تتأكد أهمية وعى الباحث بالوقائع والأحداث وأطرها المرجعية حتى يبنى استدلالاته بصدق ويصدر أحكامه بموضوعية .

ويتسم تحليل مسار البرهنة بالآتى :

- أنه يتعامل مع بنية النص أو الخطاب ذاته، وليس وحداته فى إطار مستقل مثل الكلمات ودلالاتها .
- يعتبر تسلسل الأفكار أو المقولات داخل الخطاب مؤشرا يهتم به الباحث فى تقدير الأوزان وإجراء المقارنات وإصدار الأحكام .
- الخطاب الواحد يمكن أن يقدم مقولات متعددة، والمقولة الواحدة قد تتكرر فى خطابات متعددة، ولذلك فإن الدراسة الشاملة للوثائق تعتبر ضرورة لاثراء عملية التحليل والاستدلال .
- يستخدم القياس الكمى بجانب الدراسة الكيفية فى رصد عدد المقولات وتكرار المقولة للفكرة الواحدة أو الموقف الواحد .
- ليس هناك صورة نمطية لعرض العلاقة بين المقولات والحجج والبراهين مثل أشكال الجداول أو العرض اللفظى .
- يمكن من خلال تحليل مسار البرهنة إجراء المقارنات بين الأفكار، والكتاب الذين يتبنون هذه الأفكار أو يعارضونها . أو إجراء المقارنات لتناول الوقائع والأحداث والأفكار التى دارت حولها وإسهامات المتحدثين فى تأييد هذه الأفكار أو معارضتهم .
- يعتبر السياق العام ضرورة للوصف والاستدلال فيما يتعلق بوصف الفترة أو المرحلة التاريخية، أو تطور الوقائع والأحداث، أو عوامل ظهور الفكرة أو

غيابها، أو انتماءات المتحدثين واتجاهاتهم، أو اتجاه العلاقات بين الوسائل الإعلامية وبين الكتاب أو المتحدثين، وكذلك بين القوى الإجتماعية المختلفة .

وهذا ما يدعم عملية التفسير التي تعتمد على الذاتية فى جانب كبير منها . ويحقق قدرا من الموضوعية وعدم التحيز فى إصدار الأحكام .

وكما هو الحال فى عدم كفاية تحليل حقول الدلالة فى الدراسات الإعلامية، فإن مسار البرهنة أيضًا لايعتبر كافيًا أيضًا دون الاستفادة بأساليب التحليل الأخرى، مثل تحليل الاستشهادات أو تحليل الحقول المرجعية، أو تحليل الأدوار والقوى الفاعلة، وذلك لاستكمال الصورة العامة فى بناء العلاقات والأدوار واتجاهاتها فى الدراسات الكيفية .

ويراعى الباحث فى هذه الدراسات التى تعتمد على تحليل مسار البرهنة أن الاستدلالات والأحكام الصادرة عنها لاتصلح للتعميم، وإن كانت تعتبر دليلاً على تحديد الاتجاهات والأفكار وشدتها، لأنها عادة ما تتعلق بوقائع أو مواقف محددة، أو خطابات ذات سمة مشتركة، أو دراسة لاتجاهات كتاب أو متحدثين معينين فى ظروف معينة ومواقف محددة .

ونظراً لأن الموضوعية وعدم التحيز تمثل مطلبًا فى كل البحوث العلمية مهما اختلفت توجهاتها، فإننا نرى أن أسلوبا واحدا لايكفى للاستدلال الصادق والموضوعى، وأداة واحدة لجمع البيانات لايعتمد عليها بشكل كلى، ورواية واحدة فى موقف واحد خلال المقابلة أو الملاحظة لاتكفى أيضًا، وأداة واحدة للتحليل لاتكفى أيضًا، ولذلك فإن التوظيف المنظم لعدد من الأساليب وعدد من الأدوات وعدد من الباحثين يعتبر ضرورة لتأكيد صدق التفسير والاستدلال . وهو مايمكن أن نصفه بالتكامل المنهجى فى الدراسات الكيفية .

التكامل المنهجى
فى
الدراسات الكيفية

رغم المحاولات الجادة التى يقوم بها الخبراء والباحثون فى مجال الدراسات النقدية والثقافية لصياغة إجراءات منهجية تقدم دعما لدراسة النظم والعلاقات وبناء النصوص الإعلامية، إلا أننا يجب أن نعترف أن كل هذه المحاولات لم تسد

الفراغ الذى يحدثه التجنب التام للمناهج الامبريقية . ذلك أن الميل إلى الاعتماد الكامل على الانطباعية أو التأملية أو البرهان والمنطق الرياضى لايكفى وحده لتجنب النقد الحاد للدراسات الكيفية من أصحاب الوضعية والامبريقية . والتى يمكن أن نلخصها فى الآتى :

- غياب الضبط المنهجى فى هذه الدراسات .
- الذاتية الكاملة يمكن أن تكون أكثر خطورة وتضليلا، لأن الباحثين قد يبنون افتراضات أو تصورات على غير أساس،مثل العلاقات أو التأثيرات غير الحقيقية .
- الميل إلى التخصص العلمى الدقيق يحول دون إلمام الباحث بكل جوانب الظاهرة، وبصفة خاصة تأثيرات السياق بصوره المختلفة فى المجالات الاقتصادية والسياسية والإجتماعية، التى تفرض على الباحث إلماما بكل التفاصيل الخاصة بهذه المجالات . وهذا ما يجعل الباحث يعتمد على الغير فى استقاء هذه المعلومات والبيانات مع احتمالات غياب الثقة فى صحة هذه المعلومات أو كفاءة الغير فى التعامل مع هذه المعلومات .

وبالإضافة إلى ماسبق . فإن هناك نقداً آخر يعتمد على رؤية المدارس الكيفية بالذات للواقع الإجتماعى الخاص بالأفراد المبحوثين بالذات . لأن هؤلاء الأفراد قد لايدركون الواقع صحيحا أو لايستطيعون التعبير عنه ووصفه مما يؤثر بالتالى فى الرؤى التى يمكن الخروج بها من المقابلات الشخصية لهؤلاء المبحوثين .

ولذلك فإن النقد ينصب فى النهاية فى عدم القدرة على التعميم من خلال هذه الدراسات، والتى تؤسس قدرتنا على بناء التوقعات فى المستقبل .

وهذا ما يجعل الإعتماد على أسلوب أو طريقة منهجية واحدة للبحث والاستدلال غير كاف، لأن المقابلة قد تفيد فى التعرف على الصورة الذهنية والبناءات العقلية للأفراد خاصًا بالمعانى والدلالات الخاصة بالرسالة الإعلامية. وهذا لايكفى فى ذاته دون تحليل للنص يضع فى اعتباره طرق بناء المعنى لدى هؤلاء الأفراد ووضعها فى إطار إجراءات تحليل الرموز والعلامات على سبيل المثال

ويؤكد بالتالى الدعوة إلى تعدد المناهج أو الاساليب فى دراسة الظاهرة الواحدة، وتوظيف هذا التعدد فى إطار متكامل يلبى مطلب الدراسة الكلية للظاهرة

الإعلامية من جانب، ويتعامل مع الخصائص المميزة لها وهى خصائص التعقيد والتركيب وتعدد العلاقات من جانب آخر .

ومع الحاجة إلى الدراسة الكلية للظاهرة الإعلامية وعناصرها، فإن تعدد العناصر فى العملية الإعلامية وعلاقاتها وتعدد الأطر النظرية الخاصة بها، والرغبة فى دراسة هذه العناصر فى إطار العلاقة الدائرية وليس العلاقة الخطية.يؤكد أيضاً الدعوة إلى التكامل المنهجى فى الدراسات الكيفية للظاهرة الإعلامية .

وهذا الإتجاه تبناه الكثيرون فى العلوم الإجتماعية ويعرف بتعدد المداخل، أو تعدد الأساليب فى البحث أو التثليث *Triangulation* * وهو يعنى محاولة لتحديد أو شرح السلوك الإنسانى المعقد والثرى بطريقة أكثر شمولاً، عن طريق دراسته من أكثر من جانب . وبذلك فإن هذا الأسلوب يستخدم فى الجمع بين البيانات الكمية والكيفية وكذلك المنهج متعدد المداخل(عزيز حنا وآخرون ٩١:٢٢٣-٢٢٤) .

وهناك العديد من المزايا التى يحققها التعدد فى مجال الدراسات الكيفية منها :

- تحقيق مزيد من الثقة فى النتائج التى يتوصل إليها الباحث من خلال أكثر من طريقة أو أكثر من أسلوب للبحث والاستقصاء .
- تحقيق قدر كبير من الموضوعية فى الاحكام التى يصدرها الباحث خاصة بالظاهرة أو علاقاتها .

ونجد أن هذا التعدد يوفر متطلبات الدراسة الكيفية وأهم معالمها التى تتمثل فى الدراسة الكلية للظاهرة وعناصرها من خلال الأساليب والأدوات المتعددة، وكذلك التحليل المقارن فى سياقات مختلفة يوفرها تعدد المداخل أو تعدد المناهج والأدوات فى التعامل مع الفئات المقارنة أو المقارنة عبر الزمن أو مقارنة الوقائع أو مقارنه الوثائق.... على سبيل المثال وكلها مجالات للتعدد التى يهتم بها التثليث فى الدراسات الكيفية أو التعدد فى المداخل والمناهج والأدوات . وفى نفس الوقت توفر المقارنة البديل لغياب المحكات أو المعايير التى توفر للباحث اختبار صدق الاستدلال والتفسير وتأكيد الموثوقية فى النتائج وتفسيراتها .

---

* يعرف مصطلح *Triangulation* فى العربية بالتثليث-ويشار إليه بهذا المفهوم فى بعض الدراسات وهو أسلوب قياس فيزيقى، حيث يستخدمه المساحون والبحارة والعسكريون بمعنى استخدام طرق متعددة لتحديد نقطة ما أو رصد شئ ما . (اليس كوهين ولورانس مانيون ٩٠:٢٩٩) .

وقد تم التوسع فى مفهوم التعدد والتثليث ليشمل طرقًا وأساليب متعددة تضع فى اعتبارها عوامل التغير عبر الزمن فتستخدم التصميات العرضية والطولية، أو تعددالاماكن التى تعطى مؤشرات للمقارنة بين الثقافات واختبار النظريات والمقولات الخاصة بالعلاقات بين النظم الإعلامية والثقافات المجتمعية والدراسات عبر الثقافات أو التباين بين المجتمعات فى الخصائص الإعلامية والثقافية والعلاقات بينها بالإضافة إلى التعدد فى مستويات التحليل، ابتداء بالمستوى الميكرو وهو الفرد حتى المستوى الكلى وهو المجتمع، وكذلك يشمل بالإضافة للفرد تحليل الجماعة ومستوى الوحدات التنظيمية، والمستوى المؤسسى، والمستوى البيئى، والثقافى ثم التحليل المجتمعى الذى يهتم بالعوامل الكلية (لويس كوهين ولورانس مانيون ٩١:٣٠٢-٣٠٤) .

ويلاحظ أن المدخل المتعدد أو التثليث أو التكامل المنهجى يواجه عددا من المشكلات المرتبطة بتحديد أولويات العمل واسبقيات الأساليب والأدوات بالإضافة إلى تحديد ترتيب الأفكار والمقولات النظرية فى علاقتها بأهداف البحث . وتحديد مجالات المقارنة والاتفاق والاختلاف بين مجالات تطبيق الأساليب والأدوات والنتائج .. وكذلك صياغة معايير المقارنة بين البيانات الكيفية والكمية وطرق القياس ونتائجه .

ولذلك فإن تطبيق التكامل المنهجى يحتاج إلى معرفة واسعة ومهارات متعددة للتعامل مع صور التعدد المختلفة وصياغة معالم التكامل، لتحقيق الاستفادة القصوى فى إدارة العمل وصياغة النتائج وتفسيرها بما يحقق الصدق والموضوعية إلى حد كبير .

ونشير فى هذا المجال إلى ضرورة الحذر البالغ فى ترتيب أولويات الوسائل والأدوات أو اسبقيات العمل،أو ترتيب أهمية النظريات بما يخدم صحة الافتراضات التى يضعها الباحث مسبقًا.وهو ما ترفضه كافة الإتجاهات العلمية فى العلوم المختلفة . ويمكن عرض الخطوات الإجراءات التى تحقق التكامل المنهجى كالآتى :

١- صياغة مشكلة الدراسة فى الإطار الإجتماعى العام .

٢- تحليل مشكلة الدراسة إلى عناصرها المتعددة، ووضع الافتراضات الخاصة باتجاهات حركة العناصر وعلاقاتها . مع مراعاة التحليل فى إطار عمليات فرعية مثل علاقة المؤسسات الإعلامية بالمؤسسات والنظم الإجتماعية الأخرى

والقوى المسيطرة فى المجتمع، وكذلك علاقة القائم بالإتصال بالعملية الإنتاجية وعلاقته بالسياسات والتعليمات والعلاقات داخل المؤسسة، ثم علاقة الرسالة الإعلامية بعمليات التلقى والإدراك لدى جمهور المتلقين ..... وهكذا .

٣- تحديد البيانات المستهدفة ومصادرها .

٤- تحديد التصميمات المنهجية والأساليب الخاصة باستقصاء البيانات والتعامل معها مثل تصميم المقابلة مع القائم بالإتصال أو الملاحظة لأساليب العمل ورصد العلاقات داخل المؤسسة، أو التحليل الكيفى للوثائق الخاصة بتنظيم العمل مع المؤسسات وداخلها، وكذلك التحليل الكيفى للمحتوى فى علاقته بعمليات الترميز وتفسير المعانى من خلال الأساليب المختلفة فى علم اللغة والدلالة وتحليل النص..... وغيرها .

٥- مراعاة تحديد أكثر من مستوى للتحليل لكل عنصر من عناصر العملية الإعلامية أو الظاهرة الإعلامية،مثل القائم بالإتصال ومستوى التنظيم. وكذلك مستوى المؤسسة ومستوى النظام. بالإضافة إلى مستوى الفرد ومستوى الثقافة الجمعية أو المجتمعية.وكل من هذه المستويات فى إطار المستوى الإجتماعى الأكبر .

٦- جمع البيانات وتحليلها .

٧- تفسير البيانات واستخلاص النتائج وصياغة الأحكام .

ونشير إلى أن التشكيك فى الموضوعية فى العلوم الإجتماعية لايعنى إهمال كافة الأساليب والأدوات التجريبية التى تؤكد الصدق والموثوقية فى تحديد الأهداف وإجراءات العمل واستخلاص النتائج . لأن التعدد فى حد ذاته هو مدخل لتحقيق مطلب الصدق والموضوعية بقدر الإمكان من خلال إجراء المقارنات التى تفيد فى توسيع مجالات الرؤية والتأمل وبناء البرهان من جانب وكذلك تأكيد الصدق والموضوعية من جانب آخر .

البحث النقدى للظاهرة الإعلامية

يهتم الاتجاه النقدى فى دراسة الظاهرات الإعلامية بالبحث عن الحقيقة، والتى تختلف عما تنطق به الأرقام فى الدراسات التقليدية التى تقوم على الدراسة الجزئية

لعناصر الظاهرة وفى أطر منعزلة عن سياقها الإجتماعى . وهو مايفرض على الباحث فى الدراسات الكيفية دراسة الظاهرة فى إطار السياق العام أو دراسة الجزء فى إطار الكل للوصول إلى تفسير للعلاقات التى تتحكم فى حركة الظاهرة وتؤثر فى نتائج دراستها .

ومن هنا فإن الباحث فى الدراسة الكيفية للظاهرة الإعلامية يعتمد على البحث النقدى *Crtical Invistigation* أو النقد الفاحص للظاهرة فى إطارها الجزئ وإطارها الكلى .

ويحقق البحث النقدى مزيداً من الثقة فى النتائج التى تصل إليها - أيضاً- الدراسات التى تعتمد على الأساليب والأدوات الامبريقية فى إطار التكامل المنهجى . وتصبح بالتالى النتائج الكمية التى يصل إليها الباحث مصدرا موثوقاً به للتفسير والحكم الذى يستند إلى شرعية النقد والتدقيق التى تتجاوز الإجراءات التقليدية لاختبارات الثبات والصدق إلى تطبيق عدد من الإجراءات المنهجية التى تعتمد على النقد الفاحص لعناصر الظاهرة وحركتها وعلاقاتها .

وبالإضافة إلى أهمية البحث النقدى فى تحقيق زيادة الثقة فى النتائج الكمية وبناء العلاقات مع السياق العام. فإنه يعتبر ضرورة للدراسات الكيفية حتى يؤكد مطلب الموضوعية ويتجنب الذاتية فى صياغة التفسيرات وإصدار الأحكام .

وتظهر أهمية البحث النقدى أيضاً فى الدراسات التى تهدف إلى استعادة الوقائع التى حدثت فى الماضى من خلال الإعتماد على الوثائق الإعلامية، أو دراسة الظاهرة الإعلامية كما حدثت فى الماضى خصوصا أن الظاهرة الإعلامية تتسم بالتغير السريع، وتعتمد فى جانب كبير من دراستها على ماكان مكتوبًا أو مسجلاً *(D.P.Nord & H.Nelson., In G.Stempel III & B.H.Westley 81:300)* . وهذا يستلزم عدم الاكتفاء بالرصد الكمى التقليدى أو الدراسة الإنطباعية والكيفية للمحتوى دون نقد المحتوى بكل العناصر الخاصة بإنتاجه وتلقيه خلال فترة النشر والإذاعة حتى يمكن الحكم الصادق على خصائص المحتوى وما يشير إليه من حقائق تميز البحث النقدى ونتائجه .

وقد سبق أن قدمنا تعريفًا بالبحث النقدى فى دراسة الظاهرة الإعلامية، استلهاما من النقد الفاحص لمصادر البيانات، والإجراءات الخاصة بالتحقق من

الصدق وسبل تحقيق مطلب الموضوعية في الدراسات الإعلامية بصفة عامة. بالإضافة إلى الدراسات الكيفية والمداخل النقدية التى تعتمد على جهد الباحث فى التعامل مع الظاهرة من خلال الحدس والتأمل فى بناء العلاقات وصياغة البرهان . ويمكن تعريف البحث النقدى كالاتى* :

السياق المنظم من القواعد والإجراءات، الخاصة بجمع الأدلة الممكنة عن عناصر الظاهرة الإعلامية، وحركتها واتجاهاتها، فى النسق الإجتماعى العام، وتقويم هذه الادلة لاستخلاص الحقائق التى تخضع للاختبار والبحث العلمى، والوصول إلى تفسيرات دقيقة، وصادقة، عن بناء الظاهرة، وحركتها، والعوامل المؤثرة فيها .

ويتوفر فى هذا التعريف الحدود التى نراها لاستخدام البحث النقدى وأهدافه، والتى تتلخص فى الاتى :

١- إنه لايمثل منهجًا أو أسلوبًا مستقلا للبحث، لكنه مطلب منهجى فى البحث تتطلبه الضرورات العلمية فى السياق المنهجى العام، يحقق مزيداً من الدقة والموضوعية ويحسم الخلاف حول طبيعة البيانات والوسائل الإعلامية ومستوى الثقة فيها أو الاعتماد عليها .

٢- تتجسد ضرورة استخدامه فى البحوث التى تتخطى حدود الوصف، وتستهدف الاستدلال عن حركة الظاهرة الإعلامية وعناصرها واتجاهاتها، فى النسق الإجتماعى العام وهى الدراسات الكيفية بصفة عامة والنقدية بصفة خاصة .

٣- يهتم هذا البحث بتوفير الدليل الخاص بالبيانات والمعلومات المتاحة، ونقده وفحصه، كمرحلة يتم بعدها رفض أو قبول هذه البيانات، وبذلك فإنه يوفر منذ البداية حداً أدنى من الثقة والصدق فى البيانات، والعلاقات القائمة بين هذه البيانات والمعلومات بعضها مع بعض وبالتالى ينظم بعضا من إجراءات الصدق المنهجى فى الدراسات الكيفية .

٤- إن الاهتمام بالدليل فى البحوث التى تستهدف الاستدلال، لايعنى أن تتجاهل بحوث الإعلام الأهداف الجارية التى تسعى إلى اختبار فعالية وسائل الإعلام بل إنه يؤكد الثقة فى نتائجها والتفسيرات الخاصة بها .

---

* تم التعريف بهذا المفهوم وأهميته وإجراءاته تفصيلا فى دراستنا بعنوان: الاتجاه النقدى فى دراسة الظواهر الإعلامية المعاصرة ١٩٨٥ .

٥- إن البحث النقدى لايستهدف فقط تقويم الوسائل الإعلامية، وأهميتها كمصدرو أولى أو ثانوي في الدراسات الإعلامية، لكنه يقع على محتواها وامتداده خارج الوسيلة فى إطار النظرة الكلية والشاملة للعملية الإعلامية .

وبالإضافة إلى ما يحققه البحث النقدى من ضرورات خاصة بتأكيد الصدق والموثوقية فى دراسة الظاهرة بعناصرها المختلفة وعلاقاتها، فإنه يمكن أن يجيب على الأسئلة الخاصة بأهمية دراسة الظاهرة ذاتها ومدى ما تضيفه إلى المعرفة العلمية، وكذلك تقديم رؤى جديدة لمعالم دراسة الظاهرة الإعلامية واتجاهات دراستها .

وكما سبق أن ذكرنا فإن تطبيق البحث النقدى لايعنى ارتباطه بالدراسات الكيفية فقط، بل إنه يصبح مطلبا أيضًا فى الدراسات الامبريقية التى تستهدف الوصف أو الاستدلال من خلال التفسيرات الوصفية . لأنه مع التوسع فى هذه الدراسات، فإنه يجب إستشارة الباحث إلى البحث النقدى متكاملاً مع الوسائل والأدوات الأخرى . وعلى سبيل المثال فإن دراسات التحليل الكمى لبريد القراء، أو الأبواب المخصصة له تحتاج إلى تقصى وبحث نقدى قبل التقرير بالنتائج الكمية لأنه لاينشر كل مايرد إلى الصحيفة من رسائل القراء ولكن النشر يتم بناء على معايير خاصة بالصحيفة أو رؤى ذاتية للمشرف على مثل هذه الأبواب، مما يستدعى البحث النقدي لاتجاهاته ومعتقداته وميوله وعلاقته بالمؤسسة وظروف العمل.... إلى آخره من العوامل التى تؤثر فى قراره بالاختيار والنشر والرد على بعضها والاكتفاء بمجرد النشر أو استبعاد البعض الآخر .

ويطرح البحث النقدى فى مثل هذه الحالة الأسئلة العديدة التى تستهدف التحقق من الممارسات الإعلامية بجانب نقد المحتوى ونقد النتائج، مما يعطى النتائج قدراً كبيرا من الصدق، ويثرى النتائج بالتفسير العلمى .

ويتم تطبيق البحث النقدى من خلال توفير إجابات على الأسئلة التى تستهدف التحقق من صحة البيانات من جانب، واستكمال بناء العلاقات بين عناصر الظاهرة أو علاقاتها الخارجية من جانب آخر حتى تكتمل للباحث الرؤية النقدية التى تسهم

فى صياغة التفسيرات واصدار الأحكام . وتصبح الأحكام النقدية فى هذه الحالة قائمة على أسس منهجية .

ونشير فى هذه الحالة إلى أن البحث النقدى ليس بديلاً عن إجراءات الصدق المنهجى المعروفة، لكنه يحتويها فى إطار إجراءاته، فتصبح اجراءات البحث النقدى أداة لتحقيق الصدق والتفسير النقدى فى نفس الوقت .

كما أن البحث النقدى لايقف عند حدود نقد أحد العناصر محل الدراسة - فى الدراسات الجزئية ولكنه يمتد إلى العناصر الأخرى فيما يمكن أن نقسمه إلى مستويين:

أولاً : نقد العناصر الظاهرة :

وهى العناصر المعلنة فى العملية الإعلامية التى يمكن التعرف على مزيد من الحقائق حولها من خلال البحث النقدى مثل :

- الوسائل الإعلامية مثل: الصحف ومحطات الإذاعة وقنوات التليفزيون العاملة، المعروفة الهوية والاتجاه .
- المسؤولون والعاملون و القائم بالاتصال فى الوسائل الإعلامية مثل: كبار المساهمين، ورؤساء التحرير، والمشرفين على البرامج أو الزوايا أو الصفحات المختلفة، والمحررين والمندوبين المتخصصين .
- المصادر المعلنة للأخبار والموضوعات الإعلامية، مثل كبار المسؤولين والشخصيات والكتاب والمتحدثين أصحاب الاختصاص فى هذه الموضوعات .
- المحتوى الظاهر الذى يمكن وصفه من خلال أساليب تحليل المحتوى الكمى أو الكيفى .
- الجمهور الخاص بالوسيلة الإعلامية .

وتستهدف دراسة هذه العناصر - كلها أو بعضها - وصف حركة الظاهرة، أو العلاقة بين عناصرها فى حدود السياق النظرى والتجريبى للنظام الاجتماعى الذى يراه الباحث بناء على المعطيات الفكرية والعقائدية للباحث .

فمن الطبيعى أن يتم تصنيف صحف المعارضة ومحتواها ،ومحرريها فى الاتجاه المعارض لصحف الحكومات القائمة،وأن تتفق نتائج البحث وهذا الاتجاه، ويؤكده السياق النظرى والتجريبى للنظم المشابهة كمعيار خارجى لاختبار صدق النتائج .

وفى هذه الأحوال قد لايصبح النقد مطلبًا أساسيًا، إلا إذا تطلب الأمر تأكيد حركة هذه العناصر واتجاهها ،كما فى بحوث التغير أو التحول سواء بالنسبة للسياق المحيط بالظاهرة أو بالنسبة للعناصر ذاتها ،أو فى دراسة حركة الظاهرة فى الظروف المتباينة مثل دراسة اتجاهات الوسائل الإعلامية أو محتواها فى الفترات التى تميزت بتغيرات جوهرية، فى النظام الإجتماعى أو السياسى أو الاقتصادى،أو فى دراسة تطورات هذه الوسائل خلال إطار زمنى تتباين خلاله هذه النظم للبحث فى التأثيرات المتبادلة بين حركة هذه الوسائل واتجاهها وبين هذه النظم .

وفى هذه الأحوال يطرح الباحث عدداً من التساؤلات التى تستهدف إجاباتها التقرير بصحة أو عدم صحة البيانات التى سوف تكون أساسًا للبحث واستخلاص النتائج وصياغة التعميمات مثل :

أسئلة تستهدف التحقق من الوسيلة الإعلامية، ومنها على سبيل المثال :

- ماهى الشعارات أو المبادئ التى ترفعها الوسيلة الإعلامية وتؤكد اتجاهها ؟
- هل هناك علاقة مباشرة بين اتجاهات الوسيلة وموضوع الرسالة واتجاهه فى الظاهرة محل الدراسة ؟
- ماهى الإنتماءات السياسية أو الفكرية للوسيلة الإعلامية ؟
- ماهى قدرات الجهات التى تنتمى إليها الوسائل الإعلامية على التمويل والإصدار ؟
- هل تتفق هذه القدرات و الإمكانات مع الشكل الذى تصدر فيه الوسيلة، مثل الصحف والبرامج الإذاعية والتليفزيون المكفولة ؟
- ماهو مدى اعتماد الوسيلة على المكاتبين أو (المصاحفين) المراسلين الخارجيين ؟
- ماهى العلاقة بين هؤلاء المكاتبين والمصاحفين واتجاهات الوسيلة ؟
- ماهى إمكانات الوسيلة فى استقاء الأخبار والمعلومات من مصادرها ؟ وهل تعتمد فى ذلك على مصادر وسيطة ؟ وماهى العلاقة بين هذه المصادر الوسيطة واتجاهات الوسيلة وانتماءاتها ؟

وغيرها من الأسئلة التى يستثيرها الباحث وتستهدف تقويم اتجاهات الوسيلة. ووصفها وصفًا دقيقًا، يصبح أساسًا لصياغة تعميمات صادقة .

أسئلة تستهدف التحقق من المسؤولين والعاملين والقائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية : مثل كبار المساهمين ورؤساء التحرير والمشرفين على البرامج أو الزوايا أو الصفحات المختلفة، والمحررين والمندوبين المتخصصين، وتستهدف التعرف على حقيقة اتجاهات الأفراد وقدراتهم ومهاراتهم، وتقويمها. من خلال مثل هذه الأسئلة :

- ماهى الاهتمامات الخاصة بكبار المساهمين، بجانب الاستثمار فى الوسائل الإعلامية ؟
- هل تدخل فى ملكياتهم أو سلاسلهم الصناعية استثمارات أو أعمال لها علاقة بالعملية الإعلامية ؟
- ماهى طبيعة انتماءات هؤلاء المساهمين أو الملاك وعلاقتها باتجاهاتهم ؟
- هل هناك علاقة مباشرة بين هذه الانتماءات، واتجاهات الوسائل، أو الرسائل الإعلامية فى الظاهرة موضوع الدراسة ؟
- ماهي الأسس والمعايير التى يتم على أساسها اختيار رؤساء التحرير والمسؤولين عن التحرير والمحررين والمندوبين ؟
- هل هناك علاقات ملكية لهؤلاء المسؤولين عن التحرير بالوسيلة الإعلامية ؟
- ماهى طبيعة العلاقات التى تربط هؤلاء المسؤولين بكبار المساهمين أو الملاك، أو المؤسسات الاقتصادية التى يمتلكونها ؟
- ماهى علاقة الكتاب أو المحررين أو المندوبين بموضوع الرسالة الإعلامية ؟
- ماهى مهاراتهم الخاصة فى ممارسة المهنة ؟
- ماهى مواقفهم المهنية السابقة ؟
- ماهى عاداتهم فى الكتابة أو التحرير، أو التقديم أو الإذاعة؟ وهل يتدخلون بالتفسيرات الذاتية فى الكتابة والتحرير أو الإذاعة والإلقاء ؟ وهل يقومون بعرض وجهات النظر كاملة أو يتعمدون الحذف أو التشويه أو التحريف ؟

وبناء على ماتقدمه إجابات مثل هذه الأسئلة كلها أو بعضها، يمكن للباحث تقويم مدى العلاقة بين الوسائل الإعلامية، واتجاهاتها التحريرية، واتجاهات القائمين عليها، وتقويم مدى الاعتماد على الوسيلة وعلى العاملين فيها، كلهم أو بعضهم فى الاستشهاد بأحكامهم أو أفكارهم، ومدى الاعتماد على مايكتبون أو يذيعون، كبيانات صادقة فى دراسة الظاهرة الإعلامية .

أسئلة تستهدف التحقق من المصادر المعلنة لموضوعات الرسالة الإعلامية، مثل كبار المسؤولين والشخصيات والمتحدثين أصحاب الاختصاص فى هذه الموضوعات، خاصة أن كثيراً من كتابات هؤلاء المسؤولين وأحاديثهم يعدها لهم آخرون ممن يتولون هذه المهام بحكم وظائفهم، أو بحكم العلاقات الشخصية والإجتماعية التى تربطهم بهؤلاء المسؤولين، ويطلق عليهم كتاب الظل *Ghost Writers* ، مما يفرض على الباحث الحذر فى توصيف وتقويم هذه المصادر .

ولذلك يقوم الباحث بطرح مجموعة من الأسئلة تستهدف التقويم الصادق والصحيح لهذه المصادر وعلاقتها بعناصر الظاهرة الأخرى،ومن أمثلة هذه الأسئلة مايلى :

- هل هناك علاقة مباشرة بين هذه المصادر وموضوع الرسالة فى الظاهرة محل الدراسة ؟
- ماهى إمكانات وقدرات المصدر العلمية التى ترتبط بموضوع الرسالة ؟
- ماهى العلاقة العملية للمصدر بموضوع الرسالة وشكل هذه العلاقة ؟
- هل يسمح له موقعه بأن يكون مصدراً أو متحدثًا فى موضوع الرسالة ؟
- هل يسمح له سنه، وتطوره الوظيفى، أو المهنى، وخبراته بالتحدث أو الكتابة فى موضوع الرسالة ؟
- ماهى عاداته بالنسبة للكتابة أو الحديث أو المحادثة، هل يعتمد على الذاكرة، أو يعتمد على وثائق مكتوبة معدة مسبقًا ؟
- هل تعود المواجهة فى الأحاديث الصحفية، أو الرد على أسئلة المحررين كتابة ؟
- هل يعتمد على حقائق فى أحاديثة أو كتاباته ؟
- ماهى اتجاهاته من وسائل الإعلام بصفة عامة، وماهو تقويمه لدورها فى المجتمع؟
- ماهى رؤيته لوظائف الوسائل الإعلامية بصفة عامة، هل تستخدم فى الإعلام وتوفير الحاجات الإعلامية للجماهير، أو تستخدم كوسائل للعلاقات العامة ؟

مثل هذه الأسئلة وغيرها يمكن أن تقدم إجاباتها تقويمًا صادقًا للدور الذى يقوم به مثل هؤلاء المسؤولين أو المتحدثين فى حركة الظاهرة الإعلامية، ومدى الاعتماد عليهم وعلى مايقدمونه من معلومات أو بيانات تصاغ فى شكل رسائل إعلامية، تشكل نقطة الالتقاء بين عناصر العملية الإعلامية كلها . وبناء على هذا التقويم يتم صياغة العلاقات الحقيقة لهذه المصادر بالوسائل الإعلامية والقائم بالإتصال فيها ، واتجاهاتها نحوهم .

أما بالنسبة للمحتوى الظاهر *Manefist* فإن الإجراءات النقدية السابقة، بجانب أنها تقوّم الكاتب أو المحرر أو المصدر أو الوسيلة، فإنها تنتهى إلى نهايات منطقية بتقويم المحتوى الظاهر الذى يعتبر الناتج النهائى لتفاعل هذه العناصر مع بعضها، وإن رفض أو قبول الوسيلة، أو الكاتب، أو المحرر، أو المصدر، سوف ينتهى- منطقيًا- برفض أو قبول المحتوى الظاهر كبيانات يعتمد عليها فى دراسة الظاهرة الإعلامية . وفى دراسة المحتوى الظاهر كعنصر مستقل، فإن الأمر قد يتوقف عند وصف المحتوى فقط، وفى هذه الحالة- فإن مشكلة الصدق لن يكون لها وجود حيث لايتطلب الأمر لتقرير غياب أو وجود الرموز وعدها سوى تمييز إدراكى بسيط من الباحث، بينما يعتبر إثبات الصدق ضروريًا فى الأحوال التى تستخدم فيها الرموز والكلمات للوصول إلى تفسيرات علمية .

كما أن دراسة الجمهور كعنصر مستقل تتوقف على مهارة الباحث فى صياغة الإجراءات المنهجية التى تستهدف الكشف عن سماته واهتماماته ومستويات تفضيله . ويتوقف صدق الاستدلال فى هذه الحالة على صدق الأدوات المنهجية بعد التحكيم عليها من المستويات المختلفة .

ثانيًا : نقد العناصر غير الظاهرة :

وهناك من عناصر العملية الإعلامية مالا يظهر بوضوح فى سياقها، ويكون لها تأثير كبير فى إصدار الأحكام، أو تقويم حركة الظاهرة، وفى هذه الحالة قد يعتبر الاستدلال عن هذه العناصر-فى حد ذاته-هدفًا منهجيًا، يصل إليه الباحث من خلال مقارنة سياق العملية الإعلامية مع الأطر النظرية والتطبيقية لها ،ولكن الباحث يحاول بداية من خلال بعض التساؤلات النقدية أن يصل إلى وصف دقيق لهذه العناصر،يكون أساسًا لقبول هذه العناصر ودورها فى بحث الظاهرة الإعلامية .

أسئلة تستهدف التحقق من المعنى :

وذلك بفرض الاتفاق على المعنى والدلالة الخاصة بالرموز المستخدمة فى بناء المحتوى، حتى يمكن صياغة التفسيرات الخاصة بالصورة الحقيقية للواقع الذى يرسمه الكاتب أو المحرر من خلال اختياره لرموز معينه اختيارا هادفًا، ويقدم وصفًا دقيقًا للرموز فى سياق المعانى التى ترتبط بالخصائص المتعددة للسياق الثقافى والإجتماعى . ويطرح الباحث فى هذه الحالة أسئلة متعددة مثل :

- ماهو المعنى الذهنى أو المكون الذهنى للرموز المستخدمة فى المحتوى ؟
- هل يركز الكاتب على معانى معينة فى أعماله ؟
- ماهى علاقات بناء هذه المعانى بالصور الحقيقية للواقع الذى ترسمه وسائل الإعلام أو كتابها والقائمون بالإتصال فيها ؟
- ماهى علاقات بناء هذه المعانى بالأهداف المجتمعية ؟ أو الأهداف الخاصة بأصحاب المصالح والقوى المسيطرة فى المجتمع ؟
- هل يعتبر استخدام هذه الرموز أو المعانى من الخصائص الأسلوبية للقائم بالاتصال أو العصر ؟
- هل يعبر استخدام هذه الرموز أو المعانى عن اتجاه معين، أو عقائد معينة للوسيلة أو القائم بالاتصال ؟

والإجابة على مثل هذه التساؤلات تقدم الإجابات النقدية التى تسهم فى صياغة المقولات والأفكار النقدية لوسائل الإعلام فى علاقتها بالمجتمع، أو تصحيح مثل هذه المقولات أو تغييرها . وذلك كله مرهون بالبحث النقدى الهادف الذى يتسم بالموضوعية بدرجة كبيرة .

أسئلة تستهدف التحقق من الممارسات الإعلامية :

ذلك أن الكثير من الممارسات الإعلامية لاتنظمها لوائح أو نظم معينة، ولكنها تتم بناء على توجيهات شفهية، أو تتأثر بالإتجاهات والمعتقدات الخاصة بالقائمين بهذه الممارسات، وقد قدمنا أن الممارسات الإعلامية تؤثر إلى حد كبير فى مخرجات العملية الإعلامية، التى تؤثر بالتالى فى حقيقة الظاهرة محل البحث .

ولايمكن صياغة أسئلة نموذجية أو على سبيل المثال، لأن دراسة كل حالة قد تفرض أسئلة مختلفة عن الأخرى، تستهدف تتبع مسار الممارسات والعوامل المتحكمة فيها أو المؤثرة عليها، ولكننا نركز على الممارسات التى قد تؤدى إلى تحريف أو تشويه المعنى، فتنحرف به عن اتجاهه الأصلى، مثل الأخطاء المطبعية، أو أخطاء الصياغة، أو أخطاء الترجمة، أو الاعتماد على مصادر أو وكالات معينة، وكذلك مثل الممارسات المحافظة، أو المثيرة فى الكتابة أو التحرير أو صياغة العناوين على سبيل المثال .

فمثل هذه الأمور يعتبر الكشف عنها، فى البداية ضرورة تفيد فى تقويم

لممارسة التقويم الصادق الذى يكشف عن دورها الصحيح فى العملية الإعلامية .

وهذه الأسئلة التى نطرحها تعتبر مجرد أمثلة يسترشد بها الباحث فى دراسته الكيفية التى يعتبر من أدواتها البحث النقدى الذى يقدم إجابة موثوق فيها للكثير من الأسئلة التى يطرحها الدارسون دون إجابة ولكنها تشير إلى الحاجة إلى النقد والتقويم من خلال إجراءات منهجية .

تقويم البحث النقدى واستخدامه :

قد لايختلف الخبراء والباحثون فى أهمية النظرة النقدية الفاحصة فى إثراء العلم والمعرفة، ولكن الخلاف قد يدور حول حدود هذه النظرة وعلاقتها بالسياق المنهجى العام وإجراءاته والمناخ العلمى والفلسفى للظواهر محل البحث والدراسة .

وبداية فإن هذا الاتجاه البحثى لن يقوم بدوره الكامل ويحقق الهدف من استخدامه فى دراسة الظواهر الإعلامية المعاصرة مالم يكن هناك اقتناع تام بأهميته، ودوره فى استخلاص النتائج الدقيقة وصياغة التفسيرات الصادقة، خاصة وأن تقويم هذا الاتجاه قد يثير بعض التساؤلات حول بعض الجوانب المنهجية، المرتبطة بالتطبيق والاستخدام، مثل تأثير الذاتية، واتفاقه مع اختبارات الصدق، والصعوبات الخاصة باستخدامه والتى تنفرد بها الظواهر الإعلامية المعاصرة .

* فقد يرى البعض أن تطبيق هذا الاتجاه سيزيد من قدر الذاتية التى تؤثر فى مسار البحث ونتائجه، وأن هذه الذاتية هى التى جعلت الباحثين يتجهون إلى البحث الامبريقى فى مواجهة البحث الكيفى أو الانطباعى لتحقيق شرط الموضوعية، وإمكان إخضاع مسار البحث ونتائجه لاختبارات الصدق والثبات .

ولكن مايلغى هذا الاعتقاد، هو التأكيد على أن البحث النقدى ليس منهجًا أو أسلوبًا للبحث يستخدم مستقلاً، ولكنه يستخدم مع مناهج وأساليب البحث فى إطار التكامل المنهجى، فهو يستهدف فى البداية توفير الدليل على صحة بيانات وأدوات البحث وصدقها، بالإضافة إلى أن النظرة النقدية الفاحصة ستثرى معارف الباحث وإدراكه بالأطر العلمية والفلسفية التى تحيط بالظاهرة محل الدراسة، وبذلك تتعدد وجهات النظر، وتتعدد الأدلة والبراهين العلمية، فيختار منها مايتفق والتراث النظرى والتجريبى والمعايير العلمية السائدة .

فالبحث النقدى لاينتهى إلى نتائج تصوغها ذاتية الباحث ولكن المقارنة

والمشابهة والقياس بالمعايير العلمية هى التى تصل بالباحث إلى هذه النتائج، وكلما توسعت مدركات الباحث وازدادت معارفه أمكن صياغة معايير علمية تكون مجالاً للمقارنة والمشابهة فى نقد الظاهرة وعناصرها .

* النظر إلى الكثير من إجراءات البحث النقدى على أنها تتفق واختبارات الصدق التى قررها البحث العلمى،إلا أن تقرير اختبارات الصدق لايمنع من تبنى هذا البحث وتطويره ، لأن اختبارات الصدق كثيراً ما تعتمد على آراء المحكمين والخبراء فى صلاحية أدوات البحث لتحقيق أهدافه، وهذه الآراء قد تكون محدودة بحدود الخبرات والمعارف الخاصة بهؤلاء المحكمين والخبراء،بالإضافة إلى اتجاه الباحث إلى اختيار الأسهل والأيسر توافره من المعايير العلمية الخاصة بإجراءات المقارنة فى اختبارات الصدق .

بينما يؤكد البحث النقدى قدرات الباحث على الوصول إلى الأدلة والبراهين، ونقدها وتقويمها، ثم قبول أو رفض مايراه فى إطار المعايير والمفاهيم العلمية السائدة، وفى هذا مايؤكد اعتزاز الباحث بقدراته ومهاراته العلمية فى الحكم والتقويم واتخاذ القرارات، مما ينعكس على تطور البحث العلمى ونتائجه .

* ويضاف إلى ذلك الصعوبات المرتبطة بتوفير الدليل من جانب، وتوفير المهارات العلمية التى تسمح للباحث بالحكم والتقويم واتخاذ القرارات .

فالكثير من الظواهر الإعلامية- إن لم تكن كلها- تفتقر إلى الدليل الذى يحدد مسار حركتها واتجاهها، نتيجة غياب التوثيق الإعلامى، وتوثيق الخطط والسياسات الإعلامية، بجانب القيود المتعددة المفروضة على عمليات الإعلام، وغيرها من المظاهر التى تؤدى إلى غياب الدليل، وتجعل عملية النقد والتقويم صعبة، بل تكاد تكون مستحيلة فى كثير من الأحيان .

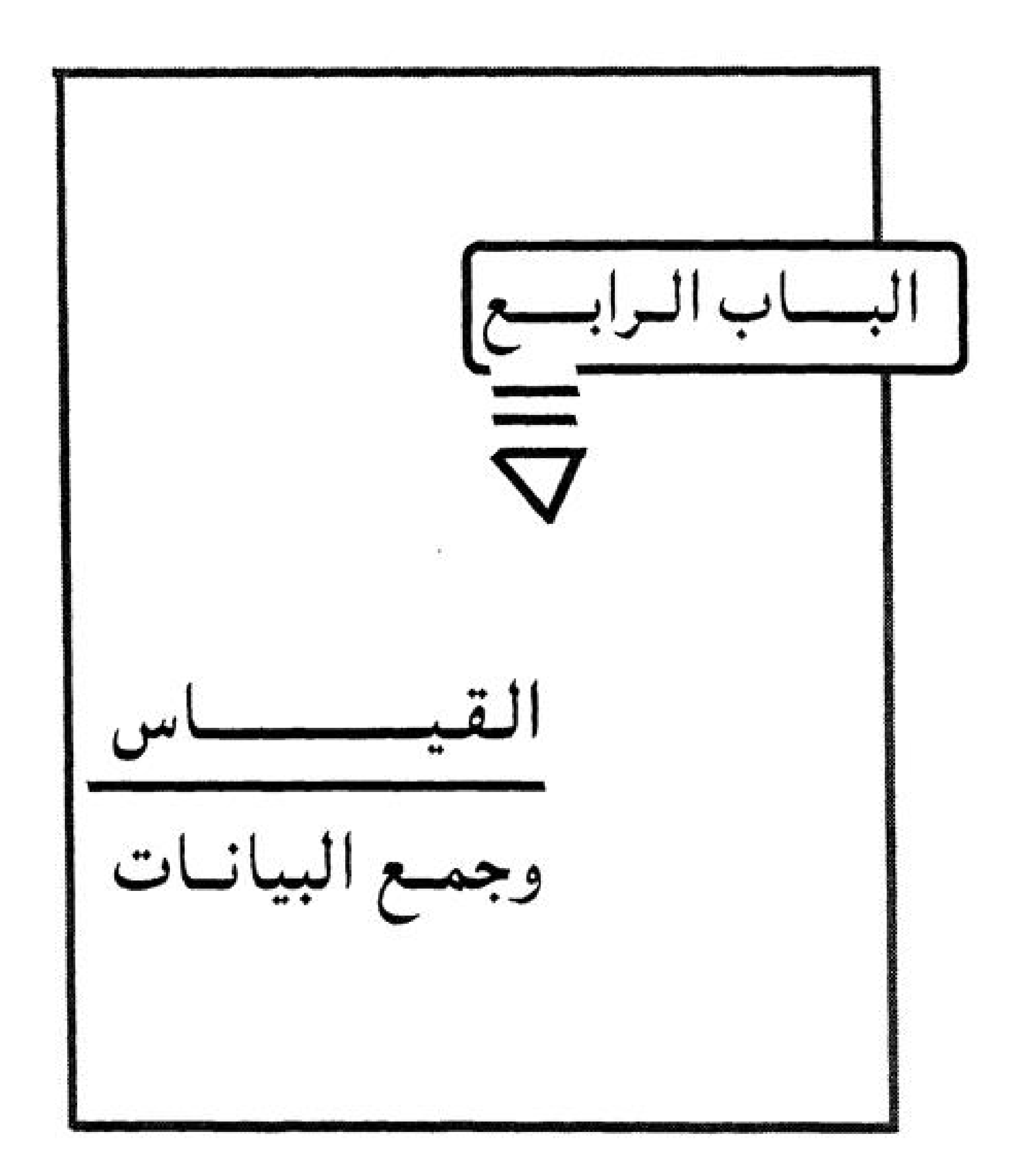
كما أن الباحث قد لايتحمل مشقة البحث والتقويم للبيانات ومصادرها، بالإضافة إلى بحث الظاهرة نفسها، اكتفاء بما تقدمه المصادر الأولية والثانوية من بيانات يبدأ العمل عليها، وكذلك ما يرتبط بالنقد والتقويم من رغبة فى الاطلاع، والاستزادة من المعرفة، ودقة فى العمل، قد لاتتوفر لدى الكثير من الباحثين بالشكل الذى يتطلبه العمل النقدى .

وهذه الصعوبات ذاتها هى التى تشكل حافزاً قوياً لتبنى البحث النقدى، فهى

نفسها التى أدت إلى تدنى مستوى الثقة فى المصادر والبيانات الإعلامية، والاعتماد عليها فى دراسة الظواهر الإعلامية، مما يؤكد ضرورة البحث النقدى لهذه المصادر والبيانات لتأكيد الثقة فيها، وفيما يترتب على دراستها من نتائج .

بالإضافة إلى أن الصعوبات المرتبطة بمهارات الباحثين يمكن تجاوزها بتدريب الباحثين وتعليمهم وإكسابهم عادات البحث العلمى الصحيحة .

وختاماً، فإن الدعوة إلى تبنى البحث النقدى فى دراسة الظواهر الإعلامية المعاصرة، هى جزء من الدعوة العامة لصياغة أدوات منهجية تتفق وطبيعة هذه الظواهر، تتسم بالنظرة الكلية للعملية الإعلامية وخصائصها .


الباب الرابع
القياس
وجمع البيانات

تمثل عملية القياس وجمع البيانات المرحلة الأساسية فى الإجراءات التطبيقية - الميدانية أو المعملية-حيث يتوقف على سلامة الإجراءات التى تتم فى هذه المرحلة ودقتها صحة النتائج والثقة فيها واصدار الأحكام أو التعميمات الصادقة .

ذلك أن المراحل السابقة على مرحلة القياس أو جمع البيانات تنتمى فى معظمها إلى جوانب التخطيط واتخاذ القرارات الخاصة بتحديد الخيارات من بين بدائل العينات ومناهج البحث وأدواته . بينما تمثل عملية القياس وجمع البيانات المرحلة العملية فى تنفيذ خطة الدراسة فى إطارها التطبيقى الذى يتمثل فى توظيف المناهج والأدوات فى التعامل مع مصادر البيانات الأولية . وتوجيه هذه البيانات لخدمة الأهداف البحثية .

ونؤكد فى هذا المجال على مفهوم البيانات الأولية التى يعتبر مجتمع البحث- والعينة المختارة- مصدرها الأساسى وتعتمد بالدرجة الأولى على جهود الباحث فى جمعها وتبويبها وتصنيفها وإعدادها للاستخدام التطبيقى والإحصائى . حيث يختلف مفهوم البيانات الأولية عن الثانوية التى سبق جمعها وإعدادها للاستخدام بواسطة مؤسسات أو أجهزة أخرى لتلبى حاجات خاصة بها، قد لاتتفق مع حاجات الباحث وأهداف الدراسة وإن كانت تسهم بشكل أو آخر فى وصف المجتمع وقياس خصائص صفاته، ولذلك يظل استخدام البيانات الثانوية محدودا ومرهونا بتجنب المحاذير الخاصة بإختلاف الأهداف، والتقادم، ومستوى الدقة والموضوعية فى علاقتها بأهداف البحث والدراسة . مثل البيانات التى تعدها المؤسسات الإعلامية حول أرقام التوزيع أو اتجاهات الاهتمام والتفضيل وسلوك المشاهدة وتقديرات البرامج أو الصحف .... وغيرها .

بينما يعتبر الفرد أو الوثيقة فى عينة البحث هى المصدر الأساسى للوصف والقياس من خلال الأدوات والمقاييس المناسبة التى يقوم بتصميمها وإعدادها الباحث بنفسه بما يتفق مع أهداف البحث وخصائص المجتمع والتصميم المنهجى ومتطلباته وإطار النتائج المستهدفة من البحث والدراسة .

ومن بين العديد من الأساليب والأدوات الخاصة بالقياس وجمع البيانات والتى يتصدرها مقاييس الإتجاهات أو التقدير أ خصائص الصفات، وأدوات الأستقصاء والمقابلة والملاحظة لجمع المعلومات والقياس . من بين العديد من هذه الأساليب

والأدوات التي يعدها الباحث أو يستفيد بما أعده الآخرون فيها، يكون قرار الباحث بالاختبار بناء على عدد من العوامل يتصدرها مايلى :

- وعى الباحث بالفرق بين عملية جمع البيانات وعملية القياس . حيث تهتم الأولى بالبيانات فى حد ذاتها (صفات - أنماط سلوكية - إتجاهات - آراء.... وغيرها) بينما يهتم القياس بخصائص هذه البيانات مثل وجود الصفات أو غيابها، أوزان أو قيم الاتجاهات أو الآداء أو السلوك .
وبينما تكتفى آداة جمع البيانات بوجود الصفة أو غيابها، فإن القياس يعكس درجة وجود الصفة نفسها .
- نوع الدراسة الذى يؤثر فى التفرقة بين آداة جمع البيانات والمقياس، فالبحوث التجريبية تعتمد على القياس الدقيق لقدر وجود الخصائص والصفات لأغراض المقارنة أو المعايرة بينما يمكن أن تكتفى البحوث الوصفية فى بعض تصميماتها المنهجية بالكشف عن وجود الخصائص أو الصفات أو غيابها فقط .
- مجتمع البحث وخصائص العينة وبصفة خاصة حجم العينة الذى يمكن أن يؤثر فى أسلوب القياس أو جمع البيانات، حيث يتفق الاستقصاء مع العينات كبيرة الحجم أو الجمهور المنتشر، وتتفق المقابلة والملاحظة للقياس وجمع البيانات مع العينات الصغيرة أو المجموعات على سبيل المثال .

ويعتبر الاختيار فى حد ذاته قرارا منهجيا يعتمد على صحته الثقة فى لنتائج والاحكام التى قامت على نتائج جمع البيانات أو القياس .

ويقدم هذا الباب فى فصوله الأربعة تعريفا بالقياس ومستوياته وكذلك بناء المقاييس وإعدادها بالإضافة إلى الأطر النظرية والتطبيقية لأدوات جمع البيانات، ثم اختبارات الثبات والصدق الخاصة بعملية القياس وجمع البيانات . **كالآتى :**

الفصل الثانى عشر : القياس وبناء المقاييس، ويتناول هذا الفصل التعريف بالقياس وأهميته، ومستويات القياس وأنواع المقاييس شائعة الاستخدام فى الدراسات الإعلامية .

الفصل الثالث عشر : الاستقصاء أو الاستبيان، ويتناول التعريف بالاستقصاء وأساليبه واستخدام الشبكات الإلكترونية فى الاستقصاء، ثم تصميم استمارة الاستقصاء وأنواع الاسئلة التى تحتويها صحيفة الاستقصاء والاعتبارات أو العوامل المؤثرة فى بناء صحيفة الاستقصاء واختبارها .

الفصل الرابع عشر : المقابلة والملاحظة الميدانية، بإعتبارهما أداتين لجمع البيانات والقياس فى البحوث والدراسات الكيفية، ويتناول التعريف بالمقابلة وأنواعها وتنظيم المقابلة وإدارتها، ثم تناول المقابلة الجماعية التى تعتبر أداة رئسية فى الدراسات الكيفية والبحوث المستقبلية، ويتناول الفصل أيضًا الملاحظة الميدانية وخطواتها المنهجية بالإضافة إلى الملاحظة عن بعد فى الدراسات الإعلامية .

الفصل الخامس عشر : اختبارات الثبات والصدق . ويتناول هذا الفصل أنواع الأخطاء المنهجية واختبارات الثبات وتقدير قيمة الثبات فى الدراسات الميدانية وتحليل المحتوى وقبول معامل الثبات وتفسيره بالإضافة إلى تعريف الصدق وأنواعه والعلاقة بين الثبات والصدق .

ونشير فى نهاية هذا التقديم إلى أنه على الرغم من أهمية الاختيار الدقيق للمقاييس وأدوات جمع البيانات وإعدادها فى بناء الثقة فى البحث ونتائجه إلا أن الكثير من الباحثين يتعاملون مع عملية القياس وجمع البيانات بأساليب زائفة - تشير إلى الاستهانة بالمقاييس والأدوات أكثر من الاهتمام بها - سواء فى تقويم المقاييس والأدوات أو القياس وجمع البيانات . وهذا التهاون فى بناء الأدوات أو عملية القياس وجمع البيانات أو الاستخفاف بها يعتبر من أخطر الفيروسات التى تصيب البحث العلمى، وتهدد البناء المعرفى الصادق فى المجالات العلمية المختلفة .



الفصل الثانى عشر

القياس وبناء المقاييس

القياس *Measurment* هو تحديد خصائص الأشياء والوقائع والأحداث والأفراد فى إطار كمى . وبمعنى آخر تحديد القدر من هذه الخصائص الذى يمكن من خلاله التمييز وإصدار الأحكام والمقارنة .

ويكتسب هذا التحديد الكمى لقدر الخصائص والسمات قيمته من خلال القواعد والإجراءات التى تتسم بالدقة والضبط . حتى يمكن الثقة فى نتائج القياس والإعتماد عليه فى الإجراءات المنهجية الأخرى . وكما يمكن وصف الخصائص من خلال القياس المادى مثل الطول والزمن والوزن ... وغيرها فإنه يمكن وصفها أيضًا من خلال مفاهيم مجردة مثل التغير فى السلوك، والإدراك، واكتساب اللفظ والمعنى والمهارة .... باعتبارها ناتجًا يمكن قياسه من خلال عمليات أخرى لها خصائص أيضًا تخضع للقياس الكمى .

ويقع القياس على الخصائص أو السمات التى يمكن أن تخضع للعد والتقدير الكمى، أما الخصائص أو السمات التى يمكن وصفها من خلال مفاهيم أخرى مثل النوع والسلالة واللون ...وغيرها . فيتم تحديد هذه الخصائص كيفيًا حيث لاتخضع مثل هذه السمات للعد والقياس .

وهذا ما يجعلنا بداية نفرق بين خصائص المتغيرات - كما سبق أن أوضحنا فى الفصل الأول - من خلال إمكانية قياسها . وتقسيمها إلى متغيرات كمية يمكن عدها وقياسها،،وأخرى كيفية يمكن تحديدها من خلال دلالة الخصائص التى تميزها .

وهو مايشير إلى اتجاه التمييز بين الأشياء، أو الوقائع والأفراد، فالقياس لايكتفى بالتفرقة أو الكشف عن الفروق من خلال الخاصية الكلية - وجودها أو غيابها - ولكن من خلال قدر أو قيمة هذه الخاصية أو السمة التى يتم قياسها .

ففى بحوث المشاهدة لايكتفى الباحث بالتفرقة بين المشاهدة/ أو عدم المشاهدة ولكنه يقيس كثافة المشاهدة للتفرقة من خلال خصائص المشاهدة ذاتها .

وكما يقع القياس على خصائص أو سمات الأشياء والأفراد، فإنه يقع أيضاً على الوقائع والأحداث . حيث يخضع تكرار الحدث وشدته للقياس أيضاً ولذلك يضاف إلى قياس قدر الخصائص والسمات، قياس العمليات أو الأفعال أو أنماط السلوك . فالتعرض لوسائل الإعلام فعل أو حدث يتم وضعه من خلال تكرار حدوثه (عدد المرات) وشدة حدوثه أو كثافته مثل كثافة المشاهدة أو الاستماع أو القراءة والتى تقاس من خلال الزمن الذى يقضيه الفرد فى التعرض أو زمن عملية التعرض أو زمن حدوث التعرض . ولذلك فإنه عادة مايشمل القياس فى البحوث التطبيقية المتغيرات التالية :

- قياس خصائص أو سمات الأفراد أو الأشياء .
- قياس الوقائع والأحداث أو العمليات .
- قياس الناتج من الوقائع والأحداث، أو تفاعل الخصائص والسمات مع بعضها . أو تفاعل الخصائص أو السمات مع الوقائع والأحداث .

ويؤكد ذلك اتجاهنا إلى التفرقة بين عملية القياس التى تعتبر مطلباً منهجياً فى البحوث والدراسات الوصفية والتجريبية، يتسم بالدقة والموضوعية ويخضع لاختبارات عديدة للحكم بصدقه والثقة فيه،وبين عملية جمع البيانات التى يمكن توظيفها لأغراض القياس أو غيرها حيث تستهدف عملية جمع البيانات فى البحوث العلمية تيسير عملية القياس والحكم على الأشياء والأحداث فى إطار كمى .

خصائص القياس وأهميته

من خلال التقديم السابق لمفهوم القياس يمكن أن نحدد خصائص القياس كمفهوم وعملية فى الآتى :

١- يقع القياس فى الإجراءات المنهجية على درجات وجود الصفة أو الخاصية أو

السمة التي تصف الأشياء والأشخاص والأحداث . ولايقع على الأشياء أو الأشخاص أو الأحداث ذاتها ، كما لايقع أيضًا على الصفة ذاتها، ذلك أن الفرض يبدأ بوجود الموصوف أولاً، ثم تبدأ بعد ذلك عملية الوصف التي من بينها قياس درجة الصفة . ولذلك فإن الفروق الناتجة هي فروق بين درجات الصفات أو الخصائص وليست بين هذه الخصائص أو الصفات . لأن الفروق بين الصفات أو الخصائص هي فروق كيفية لاتخضع للقياس، ولكن يتم تمييزها بأضدادها عادة (الطول: طويل/قصير/ الجودة: ممتاز/ضعيف ...وهكذا) أما القياس فيتم في المدى الذي يقع بين طرفي الصفة ذاتها ويقيس مداها .

٢- ومادام القياس يقع على درجة وجود الصفة أو الخاصية فإنه يتم التعبير عن هذه الدرجة في شكل كمي يتم تمييزه في إطار الصفة أو الخاصية (مشاهدة التليفزيون ....دقيقة، اهتمام المجتمع بالموضوعات: ...فردا ...وهكذا) . ولايغير من شكل التعبير الكمي صياغة الأرقام بعد ذلك في شكل خصائص لفظية لكل رقم قليل/ نادر/ كثير - مهم جداً/ مهم/ مهم إلى حد ما .

٣- إن القياس هو عملية إجرائية يجب أن تتسم بالدقة والموضوعية - بما يوفر ثبات وصدق القياس - حتى يمكن الاعتماد عليها والثقة في نتائجها في تحديد الخصائص والصفات وإصدار الأحكام .

وتظهرا أهمية القياس بالدرجة الأولى في مساعدة الباحث على إصدار أحكام صادقة وثابتة. حيث أن القياس الكمي يوفر درجة كبيرة من الدقة والموضوعية ، ويتجنب عوامل التحيز . ولاتقف حدود هذه الأحكام على وصف الاشياء والأفراد والوقائع فقط ولكنها تسهم أيضًا في عقد المقارنات والخروج باستدلالات صادقة حول العلاقات بين المتغيرات وبعضها من خلال الاختبارات المنهجية للفروض الإحصائية التي تعتمد بالدرجة الأولى على نتائج القياس . والذي يعكس وجود قاعدة من البيانات الكمية يتعامل معها الباحث في اختبار الفروض الإحصائية التي تتفق مع أهداف البحث .

وفي الجانب الإحصائي يوفر القياس وصفا كميا للخصائص والسمات، ويلخص قدر هذه الخاصية أو السمة في ذاتها أو في علاقتها بغيرها. ولذلك فإن القياس الكمي هو المدخل لتحديد الفروق أو التباين بين المتغيرات من خلال التحليل الإحصائي، كما يصف هذه المتغيرات كميا من خلال الإحصاء الوصفي وطرقه المختلفة .

مستويات القياس

يرتبط القياس - كما سبق أن أوضحنا - بالعد أو لغة الكم، والتعبير عن الوصف من خلال الأرقام التى تعكس تكرار الحدوث أو شدته أو نسبته . وتبدأ هذه العملية بالتعريف الدقيق للخصائص والسمات التى تصف الأشياء والأفراد والوقائع، وتحديد الرموز الداله عليها بدقة . وعلى سبيل المثال يمكن وصف الرأى العام من خلال التأييد والمعارضة فقط، كما يمكن وصفه من خلال درجة التأييد ودرجة المعارضة، ووصفه أيضًا من خلال عدد من المظاهر السلوكية مثل الإقبال على المشاركة، أو الاستجابة، والعزوف عنها، بالإضافة إلى شدة الإقبال وشدة العزوف . ولكل من هذه الصفات طرق للقياس وأدوات خاصة لها . وكذلك الخصائص التى تميز السلوك اللفظى هل هو مجرد التقليد والمحاكاة أم أنه الاستخدام المتكرر للألفاظ أو هو الاستخدام المرهون بمواقف معينة؟ وأيضًا : كيف يمكن وصف عملية التعرض إلى وسائل الإعلام ومحتواها ؟ من خلال الزمن الذى يقضيه فقط أو يضاف إليه وقت التعرض يوميًا ؟ وهل يكفى ذلك أم يمتد إلى معرفة طقوس التعرض اليومى .... وغيرها من خصائص عملية المشاهدة حتى يمكن تحديد الدلائل التى تشير إلى الصفة موضوع القياس . وتسهم فى اختيار المقياس الذى يتفق مع كل خاصية أو سمة والتى تختلف عن الأخرى فى الوصف النهائى لها .

ويتدخل فى تحديد الصفات المراد قياسها ومحدداتها الهدف من القياس الذى يتفق بداية مع أهداف البحث . بالإضافة إلى أن قياس صفة واحدة قد تختلف من كونها وصفا لعملية عنها فى وصفها كنتيجة . مثل الفرق فى وصف محتوى الإعلام فى إطار عملية النشر والإذاعة، عن وصف هذا المحتوى كنتيجة كلية لعملية النشر والإذاعة وهو وصفه منشورا أو مذاعا . فالأول قد يوصف من تكرار الكلمات والعبارات فقط بينما يوصف الأخير من خلال عناصر أخرى مضافة للنشر والإذاعة مثل العناوين والمقدمات ومساحات النشر وزمن الإذاعة .... وهكذا .

وذلك لأن التحديد الدقيق لخصائص أو سمات ماهو مطلوب وصفه كميا يؤثر فى اختيار مستوى القياس من جانب واختيار المقياس بناء على ذلك ، والذى يتطلب أنماطا معينه من طرق الإحصاء الوصفى والاستدلالى التى تتفق مع الهدف من القياس الكمى ، وتختلف بإختلاف مستوى القياس المعمول به .

ويقسم الخبراء المقاييس إلى أربعة أنواع أو أربعة مستويات تتدرج فيما بينها من الأدنى إلى الأعلى، بحيث يشمل المقياس الأعلى إضافة إلى ماقبله من المستويات الأخرى، أى أن كل قياس هو تتابع للقياس السابق . ومعها تختلف العمليات الإحصائية التى تتفق مع كل مستوى عن الآخر .

ويتفق الخبراء والباحثون على تقسيم المقاييس إلى أربعة مستويات تتمثل فى الآتى :

القياس الإسمى :

ويمثل القياس الإسمى *Nominal Measurement* المستوى الأدنى والأكثر بساطة فى القياس . حيث يهتم بالدرجة الأولى بالتصنيف إلى فئات لخصائص الأشياء أو الأفراد أو الوقائع . ولذلك فإنه يطلق عليه القياس النوعي والكثير من الكتاب لايصنفون هذا القياس فى الإطار الكمى . لأن التصنيف حتى مع استخدام الأعداد فى التمييز لايعتبر قياسا كميا .

وفى أبسط صوره عزل خصائص الأشياء عن بعضها ورصد تكرارها . مثل تصنيف الآراء بين موافق/ غير موافق ، أو مؤيد/ معارض . وصور الاختيار من بديل أو بدائل متعددة . فهى كلها لاتزيد عن عملية تصنيف يتم رصد تكرار الوحدات التى تنتمى إلى أحد الفئات أو أحد البدائل .

وقد يتم تسمية الفئة برقم ١ أو ٢ أو ٣ أو غيره ولكنه لايغير من كونها فئات للتصنيف وما يتم قياسه هو الانتماء إلى هذه الأرقام وليس الأرقام ذاتها . وهى فى هذه الحالة تعامل معاملة العناوين أو الأسماء التى تدل على الفئة . فتقسيم الأفراد إلى ذكور وإناث، أو متزوج وغير متزوج، هى نفسها إعطاء رقم ١ للفئة الأولى ورقم ٢ للفئة الثانية .

وهذا الترقيم يختلف عن الأعداد التى تم رصدها تحت هذه الفئات فى ضوء الخصائص أو السمات المشتركة التى تنتمى إلى كل فئة . فكل الوحدات التى تم رصدها تحت الفئة (١) أو الفئة الأولى تتفق فى أنها من الذكور مثلا، أو المؤيدين، أو الذين يقرأون الصحف، أو الذين يقرأون جريدة الأهرام من بين الصحف التى تمثل بدائل الاختيار .... وهكذا .

والعمليات الرياضية والإحصائية التى يمكن تطبيقها على هذا القياس الإسمى

هى العمليات المرتبطة بوصف ناتج عد التكرارات فى قيم كمية يتم التعامل معها من خلال طرق الإحصاء الوصفى للبيانات الإسمية مثل تقدير النسب، والمتوسط والمنوال والمدى والارتباط الثنائى والرباعى ومعامل الاقتران . ويعتبر اختبار كا٢ ومعامل ارتباط فاى من أنسب المعاملات الخاصة بالإحصاء الاستدلالى للمقاييس الإسمية وناتج استخدامها .

القياس الترتيبى.

ويضيف القياس الترتيبى *Ordinal* إلى القياس الأسمى وضع ناتج القياس فى رتب، أو الرصد بداية من خلال الترتيب . ليعكس الترتيب العلاقة بين الفئات وبعضها من خلال مقارنة القيم الخاصة بها على السلم الترتيبى أو المقياس الترتيبى *Ordinal Scales* تنازليا أو تصاعديا . ولكنها لاتعكس بحال من الأحوال انتظام الفروق بين فئات الترتيب . فالفئات قد تكون الأول والثانى والثالث ... وهكذا وتحت كل فئة قيم معينة تتفق مع هذا الترتيب . ولكنها لاتقدم تفسيراً لتصنيف الوحدات تحت الأول أو الثانى أو الثالث، وبالتالى تحديدا أوليا لمستويات الفروق المفروضة بين كل رتبة وأخرى .

فالباحث قد يرتب الوحدات على أساس السن إلى كبير جداً وكبير وصغير ولكنه لايقدم لنا الفروق ومدى انتظامها بين كل فئة وأخرى . ومن الأمثلة على ذلك تقديرات المستمعين والمشاهدين التى ترتب البرامج أو الفقرات حسب عدد المشاهدين أو المستمعين إلى الأول والثانى والثالث ... وهكذا . لكنه لايوضح لنا الفرق بين الأول والثانى ولايوضح أيضًا المسافة الفاصلة بين كل من الأول والثانى .

ومن الأمثلة على ذلك سؤال المبحوثين عن ترتيبهم للصحف أو البرامج أو موضوعات المحتوى حسب درجة تفضيله لها ، فالصحيفة الأولى والثانية والثالثة ... وهكذا، لاتعكس إلا عدد الذين يفضلونها فى علاقتهم بالأقل، ولكن المقياس لايقدم قدر الفرق بين كل من الأولى أو الثانية والثالثة فى شكل منتظم بحيث يكون الفرق بين الأول والثانى قدر الفرق بين الثانى والثالث والفرق بين الأول والثالث هو ضعف الفرق بين الأول والثانى على سبيل المثال .

ولذلك فإن هذا القياس يضيف إلى التصنيف الإسمى وضع التصنيف فى رتب بناء على القيم الناتجة عن الرصد أو عد تكرار الخاصية أو السمة المميزة .

وعلى سبيل المثال سؤال المبحوث عن تفضيله لبرنامج معين من بين البرامج الخمسة المذاعة . هو اختيار من البدائل الإسمية . أو هو تصنيف لهذه البرامج على أساس قدر التفضيل بين مجموع المبحوثين .

أما ترتيب هذه البرامج بناء على نتائج رصد تكرار التفضيل . فهو قياس ترتيبى يضع البرامج فى رتب بناء على قدر التفضيل أو الاهتمام .

وهذا يتفق بداية مع طلب المبحوث أن يضع البرامج التى يشاهدها فى رتب أو ترتيب - بصورة أو أخرى - طبقًا لدرجة تفضيله لها . فالناتج فى النهاية سوف يصنف هذه البرامج فى رتب تعكس درجة التفضيل والاهتمام بناء على رصد تكرار كل رتبه لبرنامج معين . ولكن كل رتبة لاتعكس قدراً متساويًا من القيمة مع الرتبة التى تليها أو تسبقها .

وبالتالى فإن هذا القياس لايقدم سوى وصفا كميا للخاصية أو السمة أو الفئة على سلم القياس الترتيبى . الذى يعكس وصفا كيفيا للعلاقة بين هذه الرتب وبعضها فكل رتبة أكبر أو أصغر من التى تليها، وكل رتبة تزيد أو تقل عن التى تليها تبعًا لسلم القياس الترتيبى .

ويمثل التوزيع التكرارى والتمثيل البيانى صوره للعرض الإحصائى للنتائج، بالإضافة إلى تقدير قيمة الوسيط ومقاييس النزعة المركزية أو التشتت الخاصة ببيانات الوسيط والوصف الإحصائى للعلاقات الارتباطية من خلال سبيرمان أو كندال، وكذلك دلالة معامل ارتباط الرتب لكندال ودلالة الفروق بين بيانات الرتبة فى الإحصاء الاستدلالى . للكشف عن العلاقات أو الفروق فى تفسير بيانات الرتب بين الفئات المختلفة .

قياس المسافات المتساوية

ويضيف هذا النوع من القياس، وهو قياس المسافات المتساوية *Interval Measurment* إلى المستويات السابقة توحيد المسافات بين كل ترتيب وآخر، بحيث يصبح الفرق بين الترتيب الأول والثانى مساو للفرق بين الترتيب الثانى والثالث، والفرق بين الترتيب الأول والثالث ضعف الفرق بين أيهما .... وهكذا وهو مايشير إلى انتظام الفروق الكمية بين خصائص السمات نفسها، ويعبر عنه بتساوى المجالات الفاصلة بين كل سمة وأخرى . ويصلح للمقارنة بين خصائص يعتبر حدها الأدنى هو صفر اعتبارى .

وهذا القياس لايبدأ من الصفر المطلق ولكنه يحدد فقط مجالات متساوية تعبر عن تقديرات الخصائص بالنسبة لبعضها مهما كانت هذه الخصائص واتجاهاتها . حيث لايشترط أن تكون الخصائص كلها إيجابية ولكنها يمكن أن يدخل فى القياس الخصائص السلبية أيضاً وتعامل بنفس الأسلوب فى علاقتها بالخصائص الأخرى .

ولذلك يتم تشبيه هذا القياس بمقياس درجات الحرارة حيث ترتفع درجات السخونة بمسافات متساوية وكذلك ترتفع درجات البرودة فى الاتجاه الآخر أيضاً بدرجات متساوية .

قياس المجالات الفاصلة

(قياس درجات الحرارة)

٤٠ ٣٠ ٢٠ ١٠ صفر ١٠ ٢٠

ونظراً لغياب الصفر المطلق الذى يمكن من خلاله إصدار الأحكام بقيمة أى رتبة فى علاقتها بقيم الرتب الأخرى، فإنه لايمكن الحكم بأن درجة ٤٠ مثلا هى ضعف درجة ٢٠ أو تعادل ثلاث أضعاف الدرجة ١٠ أو أن الطالب الحاصل على تقدير جيد جداً اكتسب معلومات تعادل مرة ونصف الطالب الحاصل على تقدير مقبول، حيث يعتبر الصفر فى هذه الحالة درجة اعتبارية . لاتعنى غياب مايتم قياسه تماما. فالحرارة موجودة ولها درجة على المقياس سواء فى درجة البرودة أو درجة السخونة، ولاتعنى درجة الصفر عدم وجود حرارة .

ومثل هذا القياس - كما سنوضحه تفصيلا بعد - نجده فى قياس الاتجاهات فالاتجاه المحايد والتى تعنى درجة الصفر الاعتبارى فى الاتجاه المؤيد والمؤيد جداً لايعنى غياب الاتجاه تماماً . وكذلك لايعنى أن شدة اتجاه الفرد المؤيد جداً هى ضعف شدة اتجاه الفرد المحايد .

والاستخدام الأمثل لمقاييس المسافة أو المجالات الفاصلة هو تحديد بعد كل سمة عن نقطة متوسطة (المتوسط) لأن ذلك يمكن معه حساب انحراف كل سمه من السمات عن هذه النقطة . وإجراء العمليات الإحصائية بعد ذلك حيث تغيب عمليات القسمة فى هذه الحالات لأن الفرد المؤيد جداً لايعنى أنه ضعف الفرد المتوسط ولكنه يبعد عن أو ينتشر بعيداً عنه بمقدار مسافتين فإذا كانت قيمة المتوسط ٥٠ والمسافة الفاصلة = ١٠ فالمؤيد تكون قيمة ٦٠ ومؤيد جداً ٧٠ وكذلك

المعارض ٤٠ ومعارض جداً ٣٠... وهكذا. ولايتطلب تقدير هذه الاتجاهات وجود الصفر المطلق لحساب بعدها عنه .

ولذلك فإن تعريف قياس المجالات الفاصلة هو عبارة عن تحديد رتب أو تقديرات للخصائص أو السمات يشير إلى فروق متساوية (مجالات متساوية) بين كم، هذه الرتب أو التقديرات دون حاجة لوجود الصفر المطلق .

وعلى هذا فإن قياس المسافات المتساوية أو المجالات المتساوية يتم من خلال التصنيف النوعى فى القياس الإسمى وكذلك يقوم على الترتيب المنطقى كما فى القياس الترتيبى ويضيف إلى ذلك توحيد المجالات الفاصلة التى تشير إلى قدر الإضافة بين كل رتبة والرتب التى تليها من خلال معرفة قدر هذه المجالات أو المسافات . فهذا القياس يجمع بين التصنيف بالأرقام والأعداد وكذلك الكم أيضاً وهى القيم التى تندرج تحت الأرقام والأعداد (بوصفها مؤشرات للخصائص أو الفئات) مما يتيح استخدام كافة طرق الإحصاء الوصفى والاستدلالى للوصف وتمثيل العلاقات بين المتغيرات ذات الخصائص المتعددة وبعضها .

القياس النسبى

ويتميز القياس النسبى *Ratio Measurment* عن المستويات السابقة بأنه أقواها حيث يضيف إلى خصائص المستويات الثلاثة الأخرى وجود الصفر المطلق الذى يتيح إجراء المقارنات بناء على وحدات معيارية ثابتة توجد فى الصفة محل القياس مادامت أكثر من الصفر المطلق ويعبر الصفر المطلق عن غياب كامل للصفة أو السمة التى يتم قياسها . ولذلك فإن نسبة ٨٠٪ تعتبر ضعف نسبة ٤٠٪ وأربعة أضعاف نسبة ٢٠٪ وهكذا لأن الكل يتم قياسه فى إطار وحدة ثابتة بينها مجالات متساوية وتتجاوز كلها حالة العدم أو الغياب الكامل لخصائص أو سمات ماهو مطلوب قياسه . وهذا القياس يعتبر تجميعا لكل خصائص المستويات السابقة ويضيف عليها أهمية وجود الصفر المطلق ويصلح معها بالتالى استخدام جميع العمليات الحسابية، وبالتالى كافة الطرق الرياضية والإحصائية .

١٠   ٢٠   ٣٠   ٤٠

ويعبر الرقم الأكبر فى هذا القياس عن نسبة ١٠٠٪ التى تنسب إليها القيم

السابقة عليها وتمثل الوجود الكامل للصفة المراد قياسها ، بينما يمثل الصفر الغياب الكامل لهذه الصفة . ومن هنا يمكن الحكم على قيمة الرتب فى علاقتها ببعضها من خلال النسبة المئوية . فإذا كان الحد الأقصى للدخل ٢٠٠٠٠ جنيه فى العام فإن ٢٠٠٠ جنيه تمثل ١٠٪، ٥٠٠٠جنيه تمثل ٢٥٪ ... وهكذا وصفر تمثل عدم وجود دخل على الإطلاق .

ويستخدم أيضاً مع هذا القياس جميع الطرق الإحصائية للوصف والاستدلال عن العلاقة بين المتغيرات وخصائصها .

ويترتب على تدرج هذه المستويات فى القياس - والمقاييس الخاصة بها - أنها تراكمية، بمعنى أن كل مستوى يستخدم فى القياس الأدنى . وأن الطرق الإحصائية التى تستخدم مع المستوى الأدنى يمكن ان تستخدم مع المستوى الأعلى، وليس العكس . وعلى هذا يعتبر من الضرورى أن يعى الباحث طبيعة البيانات المتاحة والطرق الإحصائية التى يمكن استخدامها معها .

أنــواع المقاييــس
شائعة الاستخدام

المقياس *Measure* هو آداة للوصف الكمى لخصائص الأفراد والأشياء والأحداث، وتصنيف هذه الخصائص والمقارنة بينها .

ويقدم المقياس قيمة عددية ثابتة للصفات الكيفية التى نصف بها ذاتنا والآخرين . وقد يتم الوصف الكيفى أو النوعى بداية ، ولكن قياس انتشار خصائص الوصف وحدودها يتم التعبير عنه فى شكل كمى .

فإذا قلنا أن هذا الفرد لايقرأ الصحف فهى صفة نوعية أو كيفية، ويتم تصنيف الفرد بناء على ذلك مع "من لايقرأون الصحف" ووصفهم فى عدد يحدد الحجم أو النسبة بين الأفراد الذين يتم تصنيفهم .

وكذلك قد يتم بداية تقدير أوزان الخصائص أو سمات كيفية مثل التأييد والمعارضة والحياد يتم بناء عليها التحديد الكمى لاتجاه الفرد، ومنها اتجاه المجموع بناء على ذلك، كما سيأتى تفصيلا بعد .

وحيث أن هذا الوصف يتصدر أهداف البحث العلمى وتعتبر البيانات الوصفية هى القاعدة المعرفية لعقد المقارنات وإصدار الاحكام، فإن المقاييس تعتبر أدوات

جمع بيانات عن هذه السمات والخصائص فى إطار كمى أو لفظى يعبر عن الكم . أو تعتبر المقاييس أيضًا هي المحتوى الرئيسى لأدوات جمع البيانات شائعة الاستخدام مثل الاستقصاء، والمقابلة والملاحظة التى تعتمد فى بنائها على هذه المقاييس، ويرتبط بخصائص هذه المقاييس الحكم على صدق وموضوعية هذه الأدوات .

ويعتمد بناء المقياس بصفة عامة على مجموعة من الأسئلة المتنوعة التى تستهدف التصنيف من خلال مجمل الإجابات المتباينة، أو مجموعة من العبارات التقريرية التى يستجيب إليها الفرد بدرجة ما تعبر عن تقديره لخصائصه والآخرين أو الأشياء والوقائع كما يراها. ويضم المقياس وحدة أو أكثر للقياس يستدل الباحث من نتائج قياسها على الخصائص أو السمات أو الأبعاد المختلفة التى يستهدفها فى بحثه .

ويميل الخبراء إلى تصنيف المقاييس فى أنواع متعددة ترتبط بالشكل أو البناء الخاص بالمقياس ومحتواه ، مثل التصنيف إلى مقاييس لفظية *Verbal* تعتمد على الألفاظ فى بناء الوحدات ومقاييس غير لفظية تعتمد على الشكل والرسوم *Graphic* في صياغة الوحدات مثل المصفوفات والأشكال المصوره ... وغيرها . وبالإضافة إلى ذلك هناك المقاييس اللفظية التى تعتمد على الوصف اللفظى لفئات التصنيف، والمقاييس الرقمية أو العددية التى تعتمد على الأرقام فى وصف هذه الفئات . وبجانبهم مقاييس الترتيب التى تعتمد على بناء درجات أو رتب يتم التصنيف فى إطارها .

وكذلك المقاييس المباشرة التى توجه الأسئلة أو العبارات التقريرية مباشرة إلى المبحوث، وغير المباشرة التى تصنف الخصائص والسمات والآراء من خلال الأدوات غير المباشرة .

وهناك العديد من الكتابات التى تتوسع فى تصنيف هذه المقاييس وتعددها بناء على رؤى الخبراء فى معيار التصنيف . ولكنها بصفة عامة ترتبط بالشكل أكثر من ارتباطها بالهدف وطرق صياغة المقاييس .

وهذه المقاييس مهما تعددت أو تنوعت فإنها تقسم حسب الهدف من بنائها إلى الأنواع التالية:

أولاً : مقـــاييـــس
تصنيف الذات

وتعنى قيام الفرد بتصنيف ذاته (الخصائص والسمات والأنماط السلوكية) فى فئة من فئات التصنيف، التى تستهدفها أسئلة أو عبارات القياس ويقوم الفرد بنفسه بالإجابة أو الاستجابة التى تصف نفسه فى إطار فئات التصنيف التى تشملها وحدات المقياس .

وتعتمد هذه المقاييس على الوضوح فى عرض وحدات القياس ومفرداته، حتى يمكن للفرد أن يحدد موقعه من الخصائص أو السمات التى تصف الفرد على المقياس بنفسه . مثل فئات النوع التى يصف نفسه فى إطارها، وكذلك مستوى التعليم والحالة الزواجية ومؤشرات الحالة الاقتصادية .... وغيرها من الخصائص التى تصف كل فرد فيستجيب إلى الخاصية التى تتفق ورؤيته لذاته .

وكذلك الوحدات التى تستهدف تصنيف الفرد فى فئة من فئات الاستخدام والتفضيل والاهتمام بوسائل الإعلام ومحتواها، فى شكل من أشكال وحدات القياس التى تهدف إلى التصنيف أو الترتيب . وتستخدم مع هذه المقايس وحدات القياس الشائعة التى تستخدم الأنواع المختلفة من الأسئلة : مثل :

١-اسئلةالتصنيف

وفيها يطلب من المبحوثين تحديد استجابته إلى أى من البدائل الموجودة فى قائمة البدائل لإجابة السؤال بحيث تعكس استجابته تصنيفه لذاته فى إطار هذه البدائل . ويتسع استخدام هذا النوع من الأسئلة التصنيفية فى وصف السمات العامة والاجتماعية للأفراد، وكذلك أسئلة الاهتمام والتفضيل وخصائص سلوك التعرض . مثل :

- النـــــوع ذكـــــر ☐ انثـــــى ☐
- هل تقرأ الصحف نعــــم ☐ لا ☐
- تشاهد التليفزيون بصفة منتظمة ☐ بصفة غير منتظمة ☐ نادرا ☐
- ماهى الصحف التى تفضلها من بين الصحف التالية ؟

الأهرام ☐ الأخبـار ☐ الجمهورية ☐
الوفـد ☐ الشعب ☐ الأهالـى ☐

وفى الحالة الأخيرة يمكن للباحث أن يختار أكثر من بديل واحد من بين قائمة البدائل .

ولأن هذه الأسئلة تهدف أساسا إلى تصنيف المبحوثين وقياس البدائل المختارة لأغراض الوصف أو المقارنة فكثيرا مايطلق عليها أسئلة التصنيف، أو مقاييس التصنيف، وإن اتخذت شكل الاختيار من بين البديلين أو البدائل المتعددة .

٢- أسئلة الترتيب

ويتم من خلال الأسئلة تقدير قيمة لكل من الخصائص والسمات أو أنماط السلوك . بحيث تسهم هذه القيمة فى ترتيب هذه الخصائص أو الأنماط ترتيبا تنازليا أو تصاعديا .

وقد تكون من خلال فئات يتم ترتيبها مسبقًا مثل ترتيب فئات السن أو المراحل العمرية من الأدنى إلى الأعلى، أو ترتيب كثافة المشاهدة من الأدنى إلى الأعلى أو العكس .

وفى الحالتين يكون الهدف هو وصف الاستجابات فى قياس ترتيبى يحدد ترتيب الخاصية أو السمة، أو الأفراد والأشياء والموضوعات ذاتها التى تمثل موقعًا من اهتمام المبحوث يعكس ترتيبه لها أو ينعكس اهتمامه على ترتيبها كنتيجة، بحيث يصنف الفرد ذاته من ناحية الخاصية أو السلوك فى موقع من مواقع هذا الترتيب .

- وتبدأ الحالة الأولى بتصنيف استجابات الفرد أولا من خلال أسئلة التصنيف أو قياس التصنيف، ثم يتم ترتيب النتائج بعد ذلك بما يشير إلى ترتيب وحدات التصنيف أولا، وموقع ترتيب الفرد على هذا المقياس ثانيًا .

والنموذج العملى أو الميدانى على هذه الحالة هى نتائج تقرير حجم المستمعين والمشاهدين *Rating* المعمول بها فى مؤسسات التسويق للتعرف على حجم التعرض إلى وسائل الإعلام أو مفرداتها .

- أما الحالة الثانية فيطلب من الباحث نفسه ترتيب الموضوعات أو الأشياء أو الأفراد بناء على درجة اهتمامه أو تفضيله مثل :

* رتب هذه الموضوعات بناء على درجة اهتمامك بها .

اجتماعية/ اقتصادية/ بيئية/ دينية/ رياضية/ سياسية/ فنية ...إلى آخره (هذا الترتيب هجائى) .

* اختر رقما من ١-٥ لترتيب هذه الصحف بناء على قراءتك لها .

- الأخبـــار (   )
- الأهالـى (   )
- الأهـــرام (   )
- الجمهورية (   )
- الشعـب (   )
- الوفــد (   )

ويلاحظ أن أسئلة الترتيب تصلح فى حالتى تصنيف الفرد لذاته، وتقدير اتجاهات الفرد نحو الغير أو الموضوعات والأشياء . لأن الترتيب قد يقوم به الفرد ذاته لخصائصه وأنماط سلوكه عندما تتعدد هذه الخصائص أو الأنماط السلوكية . أو يقوم به لتحديد العلاقات الرتبية بين الخصائص وبعضها أو بين الأشياء وبعضها بناء على تحديده لهذه العلاقات، بما يعكس تقديره لها أو اتجاهه نحوها .

وتنتمي نتائج استخدام مقاييس التصنيف إلى البيانات الإسمية *Nominal* حيث يتم تصنيف البيانات فى فئات تصنيفية حسب الهدف من التصنيف مثل التصنيف على أساس النوع/ أو التعليم/ فئات التعرض/ فئات التفضيل والاهتمام، وتعتمد بصفة عامة على رصد تكرار ظهور هذه الفئات فى نتائج استخدام هذه المقاييس .

ويمكن عرض هذه التكرارات من خلال المدرج التكرارى والنسب المئوية والمتوسطات، وتقدير القيم الأكثر شيوعًا من خلال المنوال، بالإضافة إلى مقاييس النزعة المركزية وتقدير المدى، ثم معاملات الارتباط(فاى) والارتباط الثنائى ومعامل الاقتران بالإضافة إلى الاستدلال عن العلاقات والمغزى أو الدلالة من خلال اختبار $كا^2$ بالإضافة إلى دلالة معاملات الارتباط سابقة الذكر .

أما البيانات الرتبية وهى ناتج استخدام مقاييس الرتبة . فيتم عرضها من خلال التوزيعات التكرارية التراكمية، وحساب الوسيط، ومعامل ارتباط الرتب لسبيرمان وكندال بالإضافة إلى الاستدلال عن الدلالة والمغزى من خلال دلالة ارتباط الرتب وتقدير الفروق بين البيانات الرتبية وهى متعددة .

ثانيًا : مقـــايـيـــس الاتجـاهـــــات

وهى التى تهدف إلى تقدير رأى الفرد أو اتجاهه نحو الأشياء أو الموضوعات أو الآخرين بما يؤدى إلى تصنيف أو تقدير موضوع الاتجاهات من خلال نتائج استخدام هذه المقاييس . ولذلك يطلق عليها بعض الخبراء مقاييس تصنيف الآخر (محمد الوفائى٨٩: ٥٥)أو تنتمى إلى مقاييس تقدير الآخرين(على ماهر خطاب٩٨: ٣٩٣).

ومثل هذه المقاييس تصلح للاستخدام فى قياس الرأى العام والاتجاهات الكامنة للأفراد نحو الموضوعات والأفكار والأشخاص فى وقت إجراء القياس . وتعتبر البديل الأكثر صدقا لتصنيف آراء الأفراد واتجاهاتهم نحو هذه الأمور . حيث لايكفى فى معظم الأحوال تصنيف الأفراد، أو تصنيفهم لأنفسهم بناء على درجة الموافقة أو المعارضة فقط، ولكن يتطلب الأمر قياس درجات الشدة أو الكثافة فى درجات التأييد أو المعارضة، بالإضافة إلى أن درجات الشدة أو الكثافة تتميز بمرونة تحديد الرأى أو الاتجاه حيث لايتم التصنيف فى إطار بديلين فقط هما الموافقة أو عدم الموافقة والتأييد أو الاعتراض فقط، ولكن تترك مساحة من تحديد درجات التأييد والمعارضة على هذه المقاييس . ويمكن بالتالى تحديد مستويات التأييد أو الاتفاق بدقة فى مستويات متعددة بناء على درجات الشدة أو الكثافة .

وكما تستخدم هذه المقاييس بشكل منفصل وبناء مستقل لقياس الاتجاه نحو موضوع أو فكرة أو شخص من خلال فئات متعددة تصف هذا الموضوع أو الفكرة أو الشخص، وقياس الاتجاهات نحو هذه الخصائص والصفات . كما تستخدم هذه المقاييس على النحو المشار إليه فإنه يمكن الاستفادة من بناء هذه المقاييس فى بناء وحدات فرعية داخل استمارات الاستقصاء أو المقابلة أو أدوات جمع البيانات لوضع تقديرات للخصائص أو السمات باستخدام أساليب بناء هذه المقاييس .

وكما تستخدم هذه المقاييس فى تصنيف الغير، فإنها يمكن أن تستخدم فى تصنيف الذات أيضًا مع إعادة تكييف بناء الأساليب لهذا التصنيف .

ومع انتشار استخدام هذه المقاييس فى دراسات الرأى العام، إلا أن استخدامها يكاد يكون محدوداً فى الدراسات الإعلامية، حيث تكتفى فقط بالاستعانه من طرق بناء هذه المقاييس فى إعداد أسئلة الاستقصاء أو المقابلة . على الرغم من الحاجة إلى

استخدامها فى مجالات دراسة اتجاهات جمهور المتلقين نحو الموضوعات أو الأفكار أو الغير الذي تتعدد خصائصه وسماته وتتباين اتجاهات الجمهور نحو هذه الخصائص أو السمات، مما يؤدى بالتالى إلى التباين فى وصف هذه الموضوعات أو الأفكار أو الغير فى مجال الدراسات الإعلامية .

ولعل من أبرز الدراسات الإعلامية التى يمكن أن تعتمد على مقاييس الاتجاهات هو وصف خصائص أو سمات القائم بالاتصال بناء على تقديرات جمهور المتلقين لهذه الخصائص أو السمات، وكذلك تحديد درجات الرضا *Satisfaction* عن الأفكار والموضوعات والأشياء ذات العلاقة بالعملية الإعلامية مثل قياس الرضا الوظيفى ومستوياته بالنسبة للقائم بالاتصال فى الوسائل الإعلامية المختلفة، أو توظيف هذه المقاييس لوضع تقديرات علمية دقيقة للحاجات الإعلامية أو مستويات الاهتمام والتفضيل بالوسائل والمحتوى الإعلامى . والتى يقوم تقديرها بناء على حساب درجات الاتفاق حول الخصائص أو السمات أو الحاجات أو صور المحتوى .... وغيرها، وعلاقة درجات الاتفاق المذكورة بالأوزان التى تعكس مستويات الاتفاق لكل فرد فى المجموعة والمجموعة كلها بالتالى . وهناك العديد من المقاييس التى تستخدم فى المجالات المختلفة للعلوم الاجتماعية والسلوكية نرى أن أفضلها استخداما فى الدراسات الإعلامية . مايلى :

١- مقياس المجالات المتساوية *Equal Appearing Intervals Scale*

ويعرف هذا المقياس باسم مقياس ثرستون (لويس ثرستون) الذى طبقه مع شافى فى عام ١٩٢٩ *Thurstone and Chave* حيث يعتمد بداية على التدريج الفئوى أو المجالات أو المسافات المتساوية للتمييز بين العبارات الدالة على التأييد أو المعارضة وشدة هذا التأييد أو المعارضة، وتمثل مستويات التأييد أو المعارضة بمجالات متساوية بين الأطراف المتشددة، وبما يوفر مقومات بناء مقياس المسافات الفاصلة، كما أوضحناه من قبل . ويتم بناء المقياس نفسه كالآتى :

١- اختيار عدد كبير من العبارات التى تصف موضوع الاتجاه، يجتمع فيها الوصف الإيجابى والسلبى لهذا الموضوع أو محدداته .
٢- كلما زادت عدد العبارات اتسعت فرصة الاختيار للعبارات الدالة على الاتجاه

وشدته . وبالتالي يحتاج الأمر إلى معرفة كبيرة بموضوع الاتجاه،لتحديد أكبر عدد من العبارات التى قد تصل إلى المئات منها .

٣- توزع هذه العبارات أيضاً على عدد كبير جداً من المحكمين، لتصنيف هذه العبارات فى إحدى عشرة فئة تمثل درجات التطرف فى التأييد والمعارضة مؤيد جداً ومعارض جداً ، تمثل الفئة السادسة درجة الحياد بين شدة التأييد والمعارضة. ويتم ذلك من خلال إعطاء درجة من ١-١١ تعبر عن هذا التدرج فى الفئات .

٤- تعطى أوزان للعبارات التى اتفق المحكمون على درجات لها ، أو يحسب قيمة الوسيط *Medium* لكل عبارة، ويتم تصنيفها فى الدرجة المناسبة وتستبعد العبارات التى تتميز بالتشتت عن القيمة الوسيطية .

٥- تعتبر الدرجة التى يتفق عليها المحكمون(١-١١) هى وزن العبارة التى تعرض فى المقياس . ويتم تجميع العبارات التى تحصل على درجة واحدة فى فئة أو مجموعة واحدة على المقياس .

٦- يتم ترتيب العبارات على المقياس بناء على هذه الأوزان (١-١١) وقد تصل هذه الفقرات إلى عشرين أو ثلاثين عبارة .

٧- يعرض هذا المقياس على المبحوثين لتحديد استجاباتهم نحو هذه العبارات بالموافقة على عدم الموافقة .

٨- يتم تقدير اتجاه المبحوث الواحد بتقدير متوسط مجموع أوزان العبارات التى اختارها كالآتى :

٥ × ١١ + ٢ × ١٠ + ٣ × ٩ + ٤ × ٨..........

ن (عدد العبارات فى المقياس)

٩- يتم تقدير الاتجاه العام لكل عبارة بترجيح وزن العبارة بعدد المبحوثين الذين يتفقون عليها .

- العبارة رقم (١) = ١١ × ٢٠٠ = ٢٢٠٠
- العبارة رقم (٢) = ١١ × ١٥٠ = ١٦٥٠
- العبارة رقم (٣) = ١٠ × ٣٠٠ = ٣٠٠٠
- العبارة رقم ٣٠ = ١ × ٦ = ٦

وهكذا بالنسبة لباقى العبارات .

ويتم تقدير الاتجاه العام بتقدير متوسط تقديرات مجموع المبحوثين، ويمكن الاستدلال على نتائج أخرى بوصف الاتجاه نحو كل سمة أو خاصة منفردة، وكذلك وصف مستويات شدة الاتجاه نحو موضوع الاتجاه فى إطار تقدير الاتجاه الكلى للمبحوثين وتقديراتهم الفرعية مثل تقديرات الاتفاق حول كل وزن من الأوزان بما يعكس الدرجة أو الشدة فى الاتجاه فى علاقته بأوزان العبارات الأخرى، وتقديرات الارتباط بين كل عبارة والتقدير العام وكذلك بين كل مبحوث ومجموع المبحوثين .... وهكذا .

وكما يتم تقدير الاتجاهات بهذا الأسلوب يمكن أيضاً توظيفه فى تقدير الحاجات، ومستويات الاهتمام والتفضيل على سبيل المثال . وذلك بأن يتم عرض الحاجات الإعلامية المتعددة على عدد من المحكمين - وكذلك موضوعات الاهتمام والتفضل - لاعطائها وزن أو قيمة من ١-١١، ثم يتم ترتيب هذه الحاجات بناء على الاتفاق بين أوزان المحكمين لها، وتعرض بعد ذلك على المبحوثين فى إطار القياس المستقل أو فى إطار بناء الاستقصاء أو المقابلة وتحديد استجابة المبحوثين نحو هذه الحاجات من خلال تقديرات (مهم / غير مهم) مثلاً .

وعلى الرغم من أن هذا المقياس يتميز بقدر كبير من الثبات الذى تؤكده الإجراءات الخاصة ببنائه، إلا أنه يحد من تطبيقه الحاجة إلى جهد ووقت كبير فى إعداده، باختيار عدد كبير من العبارات وعدد كبير من المحكمين وإجراءات إحصائية لتقدير الاتفاق والتشتت لكل عبارة، وتأثير الأحكام المسبقة بالأوزان التى يضعها المحكمون على تقديرات المبحوثين لموضوعات الاتجاه .

٢- مقياس مجموع التقديرات (ليكرت) *Summated Rating Scale*

ويتجنب هذا المقياس الصعوبات التى ارتبطت بمقياس ثرستون، خصوصاً فى اختيار العبارات وزيادتها وزيادة عدد المحكمين، ويتسم بالبساطة والوضوح فى إعداده وتطبيقه، كما أن الأساس فى تقدير الوزن لكل عبارة هو المبحوث ذاته، ومنها يمكن تقدير الاتجاهات وشدته بناء على أوزان هذه العبارات .

١- ويبدأ إعداد المقياس باختيار عدد من العبارات التى تصف الخاصية أو السمة وتعبر عن مختلف الآراء نحو هذه الخاصية فى موضوع الإتجاه .

٢- توضع العبارات على مقياس يبدأ بأعلى درجات التأييد وينتهى بأعلى درجات

المعارضة، ويحدد لكل منها درجة أو وزن يبدأ من أعلى الدرجات تنازليًا حتى أقلها .

الخصخصة ضرورة لصالح المستهلك

أوافق جداً	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق مطلقًا
(٥)	(٤)	(٣)	(٢)	(١)

لم تنجح الدراما فى نشر الوعى البيئى من خلال التليفزيون

مؤيد بشده	مؤيد	محايد	معارض	معارض بشدة
(١)	(٢)	(٣)	(٤)	(٥)

تعدد القنوات التليفزيونية إهدار للإمكانيات المالية

مؤيد بشده	مؤيد	محايد	معارض	معارض بشدة
(١)	(٢)	(٣)	(٤)	(٥)

تعدد القنوات التليفزيونية يلبى الحاجات الثقافية المحلية

مؤيد بشده	مؤيد	محايد	معارض	معارض بشدة
(٥)	(٤)	(٣)	(٢)	(١)

والأمثلة السابقة تشير إلى أن وضع العبارات على المقياس لايعنى أن تكون كلها عبارات إيجابية ليكون التأييد هو الدرجة أو الوزن الأعلى، ولكن يفضل أن يكون هناك عدد مساو من العبارات السلبية التى تعطى للاعتراض عليها الوزن الأكبر وتحقق ثباتًا عاليًا للمقياس من جانب، وتتيح الفرصة الأوسع للمقياس فى وصف الخصائص أو السمات أو المحددات من جوانب متعددة .

٣- ويقدم المقياس إلى المبحوث ليحدد استجابته نحو أحد التقديرات المذكورة أمام كل عبارة، والتى يحتفظ الباحث بأوزانها ويحدد من خلالها كثافة الاتجاه أو شدته بالنسبة لكل عبارة أو لكل عدد من العبارات يصف سمة أو خاصية معينة لموضوع الأتجاه .

٤- يتم تقدير كل خاصية من خلال حساب متوسط الأوزان الخاصة بالعبارات التى تشير إلى هذه الخاصة (عدد العبارات خمسة)

$$\frac{٥ + ٥ + ٣ + ٢ + ٢}{٥} = \frac{١٧}{٥}$$

= ٣.٢ مؤيد

ويتم تقدير اتجاه الفرد وشدته من خلال متوسط أوزان كل خاصية أو سمة أو محدد من محددات موضوع الاتجاه .

فإذا كان عدد الخصائص أو السمات التى يتم بحثها فى موضوع الاتجاه ٧ خصائص على سبيل المثال فى كل خاصية خمس عبارة تم حساب أوزانها بالطريقة سالفة الذكر، فإنه يمكن تقدير الاتجاه وشدته بحساب متوسط مجموع الاتجاهات فى كل خاصية .

$$= \frac{٣ + ٣.٢ + ٥ + ٤ + ٣.٦ + ٤.٢ + ٥}{٧}$$

= ٤ مؤيد

وإذا كانت العبارات تصف الاتجاه بصفة عامة دون تحديد لخصائص معينة لموضوع الاتجاه فيتم تقدير الاتجاه من خلال متوسط الأوزان الخاصة بمجموع العبارات على المقياس .

وهكذا يتم تقدير الاتجاه وكثافته لمجموع المبحوثين بتقدير متوسط مجموع الأوزان الخاصة بكل فرد من الأفراد فى عينة البحث .

ونظراً لسهولة هذا المقياس، فإن الكثير من الباحثين يستخدمون أسلوبه فى التقدير وتحديد أهمية وأوزان الكثير من المفاهيم التى يتم طرحها على عينات البحث : مثل دراسات الرضا والإشباع وتقدير أوزان حاجات الأفراد من التعرض إلى وسائل الإعلام. وفى هذه الأحوال يمكن الاكتفاء بثلاثة تقديرات فقط مثل مهم جداً - مهم - مهم إلى حد ما .

تقدير دوافع استخدام وسائل الإعلام ، أو تقدير الحاجات الإعلامية

الحاجات أو دوافع الاستخدام	مهم جداً (٣)	مهم (٢)	قليل الأهمية (١)
- مصدر للمعلومات .			
- اكتساب النصح والارشاد .			
- التعليم والتعلم الذاتى .			
- دعم القيم الشخصية .			

- التوحد مع قيم الغير .

- التعرف على ظروف الأخرين

- .... وغيرها .

وبنفس الطريقة يتم تقدير أوزان كل حاجة أو دافع من دوافع الاستخدام فى علاقته بمجموعة المبحوثين، وفى هذه الحالة يمكن إعادة ترتيب الحاجات، أو الدوافع وفقًا لنتائج تقدير الأوزان . ويتم التعامل معها بعد ذلك على أساس أنها بيانات رتبيه من حيث استخدام الطرق أو الأساليب الإحصائية، متى أراد الباحث ذلك .

ونظراً لاعتماد هذه المقاييس على صياغة العبارات أو الفقرات التى يتم تقدير أوزانها وتقدير الاتجاهات من خلال هذه الأوزان، نظراً لذلك فإن جزءاً كبيراً من نجاح المقياس فى تحقيق أهدافه يظل مرهونا بصياغة هذه العبارات أو الفقرات التى يجب أن يتوفر فيها: البساطة والسهولة فى بناء العبارات، وتجنب استخدام الكلمات الغامضة أو المهجورة أو المصطلحات العلمية لغير المتخصصين، وعدم استخدام المفاهيم الإيحائية أو التعميمات أو الحقائق، بالإضافة إلى تجنب العبارات التى يمكن إدراكها فى أكثر من معنى .

وغير ذلك من أسس بناء العبارات التى تستهدف التعبير عما صيغت من أجله بدقة وموضوعيه .

وهذه العبارات تخضع للتحكيم والحكم بصدق البناء من خلال تقدير صدق المقياس، وهو ما سيأتى تفصيله فى الفصول التالية .

وتعتمد مقاييس الاتجاهات على بناء المجالات الفاصلة بصفة عامة، وإن كانت نتائجها يمكن عرضها فى إطار ترتيبى بما يتفق مع أهداف الدراسة. ولذلك يمكن التعامل إحصائيًا مع نتائج استخدام المقاييس من خلال طرق الإحصاء الوصفى والاستدلالى جميعها. أما فى حالة تحويل نتائجها إلى قياس ترتيبى فيستخدم معها الطرق الإحصائية السابق الإشارة إليها فى التعامل الإحصائى مع البيانات الرتبية .

ثالثـاً: مقيـاس الصفات أو السمات

مقياس التباين الدلالى *Semantic Defferential Scale*

وينسب هذا المقياس إلى تشارلز اسجود *Ch.Osgood* الذى قدم فى إطار قياس المعانى . على أساس أن الاستجابات الفردية إلى المثيرات إما أن تكون إيجابية أو سلبية، نتيجة تأثير المخزون المعرفى للفرد عن هذه المثيرات . فإذا ما كانت هذه المثيرات تصف موضوعاً ذا اتجاه، فإنه يمكن التعرف على هذا الاتجاه من خلال وصف الاستجابات الإيجابية أو السلبية نحو المثيرات التى تصف هذا الموضوع .

ويستخدم المقياس أيضًا المجالات الفاصلة بين طرفى الاستجابات الإيجابية والسلبية نحو المثيرات فى حدود سبعة مجالات .

ويستخدم هذا المقياس بتوسع فى وصف الأفراد والأفكار والمؤسسات والوسائل والأشياء من خلال الصفات الإيجابية والسلبية والمسافات السبع البينية لها .

ممتاز						ضعيف
٧	٦	٥	٤	٣	٢	١

ويمكن أن يستخدم فى الدراسات الإعلامية فى تقدير الأفراد المبحوثين للأفراد والمؤسسات والوسائل الإعلامية، وكذلك الأفكار . وذلك بتحديد المفاهيم التى تصف هذه الاشياء أو الأفراد مثل الكفاءة/ النشاط/ القوة/ السرعة/.... وغيرها من الصفات التى تصف المفهوم، ثم اختيار الصفة وعكسها لكل مفهوم يحدد خصائص الأشياء والموضوعات التى تحدد الاتجاه نحوها، أو تحدد الصفات والسمات الخاصة بها ودرجة وجود هذه الصفات أو غيابها. وهذا المقياس يصلح بصفة خاصة فى البحوث الخاصة بالصورة الذهنية *Image*عن الأفراد أو الموضوعات أو الأشياء لدي الغير . مثل تحديد الصورة الذهنية لبرنامج إذاعى معين .

جـاد	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	هزل
جديد	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	قديم
متنوع	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	ثابت
صادق	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	كاذب
خفيف	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	ثقيل

وهكذا فى وصف موضوعات الاتجاه من خلال تباين المعنى فى وصف

المحددات الخاصة بهذه الموضوعات بحيث يمكن أن يتم رسم صورة لفظية كاملة من خلال هذه الصفات ومستوياتها .

ويصطدم هذا المقياس بصعوبة التحديد الدقيق للمعانى ، حيث قد يختلف المعنى من فرد إلى آخر فالتنوع فى البرنامج المذكور قد يكون صفة إيجابية لدى البعض، لكنها قد تكون سلبية عند البعض الآخر .

وكذلك دلالة الصفة نفسها فالهزل قد يكون صفة سلبية فى هذا البرنامج لكنها نفسها قد تكون صفة إيجابية فى برنامج أخر من برامج الترفيه مثلا . ولذلك فإنه يجب الحذر فى تحديد هذه الصفات وأبعادها الإيجابية والسلبية مالم يكن هناك اتفاق كامل فى المعنى بين أطراف البحث أو الدراسة .

ولذلك يحتاج هذا المقياس إلى المهارة فى اختيار الصفات ودلالاتها، حتى يتم الوصف الدقيق لموضوع القياس .

وكما سبق أن أوضحنا فإن هذا المقياس والمقاييس السابقة يمكن أن تستخدم مستقلة، ويمكن أن تكون دليلا فى بناء أدوات جمع البيانات، حيث يتم بناء الأسئلة وصياغتها فى إطار أسلوب بناء المقياس .

وحتى يتحقق الباحث من صدق المقياس وارتباطه بالهدف الموضوع من أجله، وثبات بناء عباراته، فإنه يخضع للاختبارات الخاصة بالثبات والصدق التى تعتبر مطلبًا منهجيًا ضروريًا للاعتماد على هذه المقياس والثقة فى نتائج استخدامه .

وبالإضافة إلى المقاييس سابقة الذكر، فإن هناك مقاييس أخرى كثيرة ومتنوعة مثل الطرق والأساليب الاسقاطية التى تعتمد على الكشف عن العلاقة بين مدركات الأفراد عن موضوع الاتجاه واستجابته بصورة ما إلى هذا الموضوع . وكذلك الطرق غير المباشرة فى توجيه السؤال الذى يستهدف القياس . وغيرها من المقابيس التى يمكن أن تجد تطبيقات عديدة لها فى العلوم الإجتماعية والسلوكية ويمكن تكييفها بما يتفق مع خصائص وسمات الدراسات الإعلامية وأهدافها .



الاستقصاء أو الاستبيان

الاستقصاء - الاستبيان أو الاستفتاء-*Questionnaire*- هو أسلوب جمع البيانات الذى يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية، ومقننة، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة، فى إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها ،**دون تدخل من الباحث فى التقرير الذاتى للمبحوثين فى هذه البيانات** .

ويعتبر الاستقصاء من أكثر وسائل أو أدوات جمع البيانات شيوعًا واستخدامًا فى منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه فى جمع المعلومات عن موضوع معين، من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لايجتمعون فى مكان واحد .

ويعتبر الاستقصاء **منهجيًا** ، لأنه عبارة عن مجموعة من الخطوات المنتظمة التى تبدأ بتحديد البيانات المطلوبة وتنتهى باستقبال استمارات الاستقصاء عن المبحوثين، بعد استيفاء هذه البيانات فيها ، ويعتبر **مقننًا** لأن تنظيم إجراءاته وأدواته يتم بطريقة نمطية، توفر كثيراً من الوقت والجهود والنفقات المبذولة فيه، وتوفر على الباحث التدخل ثانية فى مراحل التطبيق .

ويعتمد الاستقصاء على «استمارة الاستقصاء *Questionnaire*» فى جمع المعلومات، **وهى عبارة عن شكل مطبوع، يحتوى على مجموعة من الأسئلة، موجهة إلى عينة من الأفراد، حول موضوع أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة** .

وكما يعتبر الاستقصاء من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعًا واستخدامًا فى منهج المسح فإنه يعتبر أيضًا أكثر ملاءمة لدراسة جمهور المتلقين للأسباب التالية :

- إن جمهور المتلقين يتميز بضخامة العدد والتشتت، بالشكل الذى يحد من إمكانيات استخدام أساليب أخرى مثل المقابلة والملاحظة لهذا العدد الضخم، بينما يمكن للاستقصاء أن يغطى عدداً كبيراً من الأفراد - العينة المختارة - فى أماكن جغرافية متباعدة .
- إن دراسة جمهور المتلقين تستهدف فى حالات كثيرة وصف تركيب وبناء جمهور المتلقين، وأنماط السلوك، سواء لأغراض الوصف، أو تفسير العلاقات السببية، وهذه الدراسات تعتمد فى نسبة كبيرة من بياناتها على الحقائق الوصفية التى يمكن الحصول عليها من خلال الاستقصاء بنسبة عالية من الدقة .
- يوفر الاستقصاء درجة أكبر من الصدق الداخلى، نظراً لتجنب التحيز الناتج عن تأثيرات تدخل الباحث أو مساعديه، فى استيفاء البيانات المطلوبة .
- يوفر التقنين الذى يتسم به الاستقصاء درجة كبيرة من التجانس فى البيانات، تيسر تصنيف وتبويب هذه البيانات، واستخراج النتائج التى تتسم بالدقة والثبات .
- يوفر الاستقصاء الوقت الكافى للمبحوثين، للتفكير فى التقرير الذاتى للحقائق والأفكار والآراء المطلوبة، مما ينعكس على دقة البيانات التى يقوم المبحوث بتسجيلها بنفسه .

وإذا ما أضفنا إلى هذه الأسباب، مايوفره الاستقصاء من وقت وجهد ونفقات، نظراً لاعتماده على الأدوات النمطية - استمارات الاستقصاء - فى جمع المعلومات، وعدم الحاجة إلى جهاز كبير من الباحثين المدربين، فإن هذا يفسر شيوع استخدامه فى البحوث العلمية، وبصفة خاصة فى الدراسات الخاصة بالجمهور .

ورغم ما يتوفر للاستقصاء من مزايا إلا أنه يحتاج إلى مهارة كبيرة فى تقنين ومتابعة خطواته، ودقة عالية فى إعداد أداته، حتى يمكن أن يتجنب الباحث التحفظات التى توجه إلى استخدامه كأداة لجمع البيانات، ومن بين هذه التحفظات مايلى :

- على الرغم من التوسع فى استخدامه، إلا أنه لايصلح فى جميع المواقف، وبصفة خاصة فى المجتمعات التى ترتفع فيها نسبة الأمية، لأنه يعتمد على الاتصال

التحريرى، الذى تمثله استمارة الاستقصاء التى يقوم المبحوث باستيفاء بياناتها بنفسه .

- يؤدى عدم تدخل الباحث أو معاونيه فى الاستقصاء إلى عدم إمكانية مراجعة المبحوث للتأكد من فهمه واستيعابه للأسئلة أو المصطلحات أو الألفاظ التى تحتويها استمارة الاستقصاء .
- يحتاج الاستقصاء إلى مهارة شديدة فى صياغة الأسئلة التى تستهدف معرفة الآراء والأفكار، والمعتقدات، والاتجاهات، التى يصعب الوصول إليها دون التواصل المباشر بين الباحث أو المبحوث، أو بالاعتماد على الأساليب المقننة فى الحصول على المعلومات .
- قلة استجابات المبحوثين إلى الاستقصاء، ويظهر ذلك من خلال قلة المرتد من استمارات الاستقصاء، إذ تتراوح بين ١٠-٥٠٪ من الاستمارات المرسلة، حتى بعد متابعة المبحوثين لثلاث مرات وبطرق مختلفة . بينما تصل فى المقابلة إلى ٧٠-٨٠٪ وتختلف هذه النسبة باختلاف مستوى التعليم وارتفاع الوعى بأهمية البحوث العلمية فى المجتمعات المختلفة .
- لايمكن للمبحوث التعرف على، أو ضبط العوامل أو الظروف التى تمت فيها الإجابة على أسئلة الاستقصاء، والتى قد يكون لها تأثير كبير فى تحريف أو تعديل الإجابات .

وبالإضافة إلى هذه التحفظات فإن الباحث يجب أن يقوم باختبارات عديدة لصدق محتوى الإجابات، الذى قد يتأثر بالعوامل المتعددة التى تؤدى إلى تحريف الإجابات لأسباب مرتبطة ببناء الاستقصاء، أو لأسباب مرتبطة باتجاهات المبحوث ومستوى تعليمه وإدراكه لأهمية البحث العلمى بصفة عامة .

طرق الاستقصاء

يعتبر الاستقصاء البريدى *Mailed Questionnaire* أكثر الطرق شيوعاً، حيث يتم إرسال استمارات الاستقصاء إلى المبحوثين عن طريق البريد بدلاً من تسليمها باليد *Handed Questionnaire* وبذلك فإنه يوفر كثيراً من الوقت والجهد والنفقات، بالإضافة إلى مايوفره من تأمين وسرية المعلومات التى يحرص عليها

المبحوث فى كثير من الحالات، وتؤثر إلى حد كبير فى نسبة الاستمارات المرتدة .

وترتبط بالاستقصاء البريدى إلى حد بعيد مزايا الاستقصاء وعيوبه بصفة عامة، ويحتاج فى تصميم الاستمارات إلى الأسئلة البسيطة والواضحة التى يسهل فهمها بسهولة، حيث لايسمح للباحث بالشرح والتوضيح .

وتعتبر قلة الاستمارات المرتدة من أكبر عيوب الاستقصاء البريدى، ويرى الخبراء أن معدل الاستجابة إلى هذا الاستقصاء يتأثر بعدد من العوامل أهمها :
(*D.Nachmais & Ch.Nachmais 81: 183-6*)

- **الجهة التى تكفل أو تشارك فى دعم أو كفالة الاستقصاء :** فكلما كانت هذه الجهة محددة، ومعروفة وموثوق فيها، مثل الجهات الرسمية والأكاديمية والتى لاتسعى إلى الربح ، ارتفع معدل الاستجابة إلى الاستقصاء .
ولذلك فإنه دائمًا ما ينصح بتسجيل الجهة التى تكفل البحث، أو استخدام مطبوعاتها، فى الخطابات التى ترسل إلى المبحوثين مرفقًا بها استمارات الاستقصاء (*R.K. Tucher 81 : 101*) .
- **مدى اقتناع المبحوث بالاستقصاء :** واستخدام المثيرات التى تشجعه على الاستجابة، مثل التعريف بأهداف البحث بصفة عامة، وأسباب اختياره شخصيًا ضمن عينة الاستقصاء، والمجالات التى ستستخدم فيها نتائج البحث، ومدى حاجة البحث العلمى إلى مساعدته أو إسهاماته، وغيرها من المثيرات الخاصة بالاتصال الإقناعى .
وهناك من يستثير الدافع إلى الاستجابة من خلال تقديم المقابل المادى للمشاركة فى الاستقصاء .
- **شكل استمارة الاستقصاء :** ذلك أن الكثير من الباحثين يرون أن اختيار نوع الورق وطريقة الطباعة وتصميم الاستمارة تؤثر فى مستويات الاستجابة إلى الاستقصاء . وإن كانت الألوان ليست ذات تأثير كبير فى هذه المستويات .
وهناك من يرى أنه كلما أمكن تحديد طول الاستمارة بما لايزيد عن أربع أو خمس صفحات، مطبوعة على الوجهين، كلما كان أفضل، لأن المبحوث إذا رأى استمارة الاستقصاء طويلة فإنه سينحيها جانبًا إذا كان مشغولاً، أو ببساطة شديدة سيحدد استجابات سلبية أو ربما يرفض نهائيًا استيفاء بياناتها (*Nan lin 76:223*) .

- **فعالية خطاب الاستقصاء فى استثارة المبحوث للاستجابة :** وتزداد فعالية هذا الخطاب *Coverletter* كلما احتوى على المعلومات أو البيانات التى تشرح للمبحوث أهداف البحث وأهميته وأهمية المشاركة فى الاستقصاء، وغيرها من البيانات التى يراها بعض الخبراء ضرورية فى صياغة خطاب الاستقصاء مثل (*T.K. Tuker 81:101-2*)

* أن يبدأ الباحث الخطاب بالتعريف بنفسه والجهة التى ينتمى إليها، ويفضل فى هذه الحالة استخدام خطابات هذه الجهة لدعم الثقة فى البحث .
* توضيح الجهة التى تكفل البحث أو تدعمه، أو تشارك فيه خلاف الجهة التى ينتمى إليها الباحث .
* تحديد الهدف من الاستقصاء، وذلك بتقديم أهداف البحث بصفة عامة، وأسباب القيام به أو تنظيمه وبيان أهميته .
* توضيح المعايير التى تم على أساسها اختيار المبحوثين، والطريقة التى تم من خلالها التعرف على أسمائهم وعناوينهم .
* اتجاهات استخدام نتائج البحث، سواء فى الأغراض العلمية، أو فى التخطيط واتخاذ القرارات على سبيل المثال، وما إذا كان سيتم نشر هذه النتائج، ذلك أن من حق المبحوث أن يعرف كيفية الاستفادة من إجاباته .
* الإشارة إلى سرية الأسماء، وعدم طلب تسجيلها إذا لم تدع إليها الحاجة، وكذلك سرية البيانات .
* حث المبحوث على التعاون مع البحث، وتحديد الوقت الكافى لاستكمال الاستقصاء وإعادته .

- ويضاف إلى العوامل السابقة التى تؤثر فى مستوى الاستجابات، **مراعاة التخفيف من الأعباء البريدية**، التى تتسبب فى إهمال الاستقصاء، مثل إعداد المظروف المناسب، وشراء طوابع البريد، وكتابة عنوان الباحث .. إلى آخره . ولذلك فإنه كثيراً ما يقدم الباحث كل هذه الأمور جاهزة إلى المبحوث، مثل المظروف مسجلاً عليه العنوان، وملصقًا عليه طابع البريد، ليضع فيه الاستمارة بعد استيفاء بياناتها، ويضعه فى أقرب صندوق بريد .
- **وكذلك أسلوب المتابعة :** فالباحث لا يركن إلى مجرد إرسال الاستمارات بالبريد، وينتظر الردود والإجابات . ولكنه يجب أن يقوم بالمتابعة المستمرة للمبحوثين

لحثهم على الإجابة، من خلال الاتصالات التليفونية إذا أمكن، واستغلال المناسبات وإرسال الكروت التذكارية، أو من خلال خطابات المتابعة، التى تستهدف تذكير المبحوث وحثه على الاستجابة .

وعلى الجانب الآخر **فإن الاستقصاء غير البريدى** *Handed* ، يجنب الباحث الكثير من الصعوبات أو العيوب المرتبطة بالاستقصاء البريدى، ويقع وسطًا بينه وبين المقابلة، حيث لايتدخل الباحث أيضًا فى توجيه الإجابات، ولكنه يسلم الاستمارة ويقوم بشرح أو إيضاح ما يحتاجه المبحوث فقط فى إطار الأسئلة المحددة بالاستمارة، دون تجاوز الباحث لأكثر من ذلك .

وعلى الرغم من أن هذا الأسلوب يضمن نسبة أكبر من الاستجابات، ويناسب الأفراد ذوى المستويات التعليمية الأقل، إلا أنه لايصلح مع العينات الكبيرة لحاجتها إلى عدد كبير من مساعدى أو معاونى الباحثين، بالإضافة إلى مايحتاجه من وقت، وجهود، ونفقات كبيرة .

ويقترب **أسلوب المفكرات المنظمة** *Dairy* الذى يستخدم فى بحوث تقدير المستمعين والمشاهدين، من الاستقصاء البريدى، ويختلف عنه في أن المبحوث يكون معروفًا شخصيًا لدى الباحث، ويستخدم نظام المفكرة فى الاستقصاء، بإيداعها لدى عينة متطوعة، تقوم باستيفاء بياناتها حول التعرض إلى البرامج وتوقيتاتها، وفترة التعرض، والأفراد الحاضرين وما إلى ذلك من بيانات تستخدم فى تقدير حجم وبناء جمهور المستمعين أو المشاهدين، وتقدير البرامج *Rating* ، كل فترة زمنية محددة .

وترسل هذه المفكرة بعد استيفاء بياناتها إلى الهيئة أو المؤسسة صاحبة الاختصاص، لتفريغ إجاباتها وتبويبها، وتحليلها .

ويجمع **الاستقصاء التليفونى** *Telephone Questionnaire* بين مزايا الاستقصاء والمقابلة، حيث يلتقى الأطراف من خلال الحديث التليفونى، لجمع المعلومات الخاصة بموضوع الدراسة من خلال استقصاء معد مقدمًا (مقنن) وذلك حتى يتم التركيز فى المحادثة على حدود المعلومات المستهدفة، ولايؤدى إلى ملل المبحوث من الحديث التليفونى المطول .

ونظراً لأن الاستقصاء التليفونى يجمع بين الباحث والمبحوث، ويقوم فيه الباحث بتوجيه الأسئلة، فكثيراً ما يتم تصنيفه على أنه من طرق المقابلة ويسمى المقابلة

بالتليفون *Telephone- Interview* ،إلا أننا لانرى ذلك حيث لاتتوفر له أهم ما يميز المقابلة، وهو صلاحيتها لدراسة الآراء والمعتقدات والأفكار من خلال التعمق فى أغوار المبحوث . والذى لايسمح به الحديث التليفونى القصير المركز .

ويتميز الاستقصاء التليفونى بأنه يحقق نسبة استجابات أعلى وأسرع من الاستقصاء البريدى، ويوفر كثيراً من النفقات والجهود والوقت قياساً بأسلوب المقابلة الشخصية .

ولكن يؤخذ على هذا الأسلوب أن من يملكونَ آلة التليفون قد لا يمثلون مجتمع الدراسة، بالإضافة إلى أن كثيراً من المشتركين لايسجلون أرقامهم فى دليل المشتركين، وإن كان يمكن تلافى ذلك بالاختيار العشوائى للأرقام من قرص التليفون مباشرة دون الرجوع إلى الدليل و الأسماء *Digit Dialing* ، وذلك عندما يصبح من الضرورى مشاركة غير المسجلين فى دفاتر المشتركين . وعادة ما ينصح بمراعاة عدم التأثير فى استجابات المبحوث بأى شكل خلال الحديث التليفونى، وذلك من خلال التدريب، والتعليمات الواضحة للباحثين التى تحد من التحيز الناتج عن تأثير الباحثين فى الحديث التليفونى . وللحد من التحيز قدم الاتحاد القومى للمذيعين بأمريكا: *National Association of Brodcasters* هذه التوصيات لاتباعها فى الاستقصاء التليفونى . (*R.D. Wimmer & J.R. Daminick 83 : 128*)

- إقرأ الأسئلة كما هى بالضبط .
- لا تقترح إجابات .
- سجل الإجابات والتعليقات بالضبط .
- إذا لم يفهم السؤال، إقرأه مرة ثانية .
- اثارة اهتمام المبحوث، دون التعليق على الإجابة .
- قدم الشكر إلى كل مبحوث لتترك انطباعاً جيداً فى الحديث التالى .

استخدام الشبكات الإلكترونية

من الأساليب المستحدثة التى ارتبطت بظهور شبكات الإتصال الرقمية، توظيف المواقع الخاصة بالسير الذاتية للأفراد *Home Page* أو الموضوعات أو

المشاركة فى المؤتمرات *Useinet* أو البريد الإلكترونى، توظيف مثل هذه الأساليب فى استقاء البيانات أو المعلومات أو القياس فى الدول أو المناطق البعيدة عن حدود أو إمكانيات الباحث فى الانتقال واجراء المقابلة أو الاستقصاء اليدوى .

وهذه الأساليب أصبحت بديلاً علمياً ومنهجياً للأساليب الورقية حيث تسود فى الاتصال والمراجعة واجراء الحوار الأساليب اللاورقية *Paperless* التى تعتمد على الإتصالات الرقمية، بل إن هذا قد يكون سببا فى زيادة الاستمارات الورقية غير المرتدة متى كان الاستقصاء يستهدف القياس أو جمع البيانات فى الدول المتقدمة التى أصبحت تعتمد على الكمبيوتر والشبكات فى معظم أعمالها وتنفيذ مهامها ومنها المهام العلمية على وجه التحديد حيث تتميز بقلة الجهد والوقت فى إجراء القياس وجمع البيانات .

ويقترب البريد الإلكترونى *Electranic Mail* من الاستقصاء البريدى، حيث يكون المبحوث وعنوان البريد الالكترونى معروفا للباحث فيراسله على هذا العنوان وينتظر منه الرد على عنوانه الإلكترونى أيضًا ويقوم بجمع هذه الردود ويتعامل معها منهجيًا بنفس أسلوب التعامل مع بيانات الاستقصاء .

أما برامج الكمبيوتر الخاصة بالحديث أو الحوار *Talk* السابق الإشارة إليها فى الفصل الرابع فتقترب كثيراً من الإتصال التليفونى باستثناء الإختلاف الناتج عن الإتصال الشفوى والتحريرى الذى تتميز به برامج الحوار الالكترونى، وما يرتبط به من تأثيرات خاصة بعامل الوقت وخصائص الأجهزة والشبكات وضوابط التعامل معها .

وبينما لايسمح البريد الإلكترونى وبرامج الحوار إلا تبادل الحديث أو رسائل مع أفراد معروفين للباحث ولايسمح الإتصال الثنائى بزيادة عدد المبحوثين كثيراً بتأثير عامل الوقت فى الإتصال الالكترونى مع كل مبحوث على حدة . إلا أن الباحث فى الحالات التى ينتظر فيها تفاعلاً أكثر أو زيادة فى الاستجابة إلى طلباته أو أسئلته فإنه يمكن استخدام الموقع الخاص بسيرته الذاتية ليضع عليها أسئلته أو يطرح عليها موضوعه مع التأكيد على حاجته للرد والتعليق *Feedback & Comment* على عنوان البريد الإلكترونى الخاص به .

Feedback and Camment : dr-Abdelhamid @ hot mail com.

أو يختار موقعًا من مواقع الموضوعات المتخصصة ذات العلاقة بالموضوع أو الأسئلة التى يطرحها ، يضع موضوعه أو أسئلته عليها على إحدى الشبكات المتخصصة مثل الشبكات التعليمية أو شبكات المعاهد والكليات ....وغيرها . ويذيل الموضوع أو الأسئلة بالعنوان الإلكترونى الذى ينتظر عليه الاستجابة والتعليق كما سبق أن ذكرنا .

ويفضل أن يضاف فى هذه الحالة البيانات التفصيلية للباحث مثل الاسم ورقم التليفون والفاكس والبريد الصوتى والبريد الالكترونى لتوثيق الروابط مع المستجيبين إلى الموضوع أو الأسئلة المعروضة على الشبكة .

وهذا النظام يعمل به بتوسع فى الترويج للأفكار أو الموضوعات أو المؤسسات وما تقدمه من أنشطة متعددة وكذلك الإعلان عن الكتب أو الاصدارات العلمية المختلفة .

ويراعى عند استخدام الشبكات الرقمية فى الاستقصاء ما يلى :

١- التأكد من تكرار المستخدمين لهذا الموقع وخصائصهم .
٢- الدقة فى كتابة البيانات الخاصة بالرد والإتصال مثل عناوين البريد الالكترونى وأرقام التليفونات والمواقع الأخرى التى يمكن الاستزادة من الإطلاع عليها مثل موقع السيرة الذاتية للباحث .
٣- التدريب على الإيجاز والاختصار فى صياغة الأفكار أو الموضوعات أو الاستقصاءات الإلكترونية .
٤- إثارة إهتمام الآخرين للرد على الاستقصاء أو تسجيل تعليقاتهم .
٥- تدعيم الروابط مع الآخرين من خلال عبارات الشكر والثناء والإفادة العلمية .
٦- مراعاة توقيتات الإتصال وكفايتها فى برامج الحوار .
٧- المتابعة المستمرة للبريد الإلكترونى وتخزينه أو طباعته أولاً بأول .

ونشير إلى أن التوسع فى استخدام الشبكات الرقمية فى البحث العلمى والتقصى وجمع البيانات أصبح - تقريبًا- بديلاً عن إجراء المقابلات الشخصية والاستقصاء البريدية، حيث يتزايد الإهتمام بإنتاج النظم والبرامج التى تسهم فى تيسير هذه العمليات من خلال الإتصال الإلكترونى كما سبق أن أشرنا فى الفصل الرابع .

تصـــــــــــميم
استمارة الاستقصاء

تعرف استمارة الاستقصاء - كما سبق أن أوضحنا - بأنها شكل مطبوع، يحتوى على مجموعة من الأسئلة، موجهة إلى عينة من الأفراد، حول موضوع أو موضوعات الدراسة .

ويمكن استخدامها بعد تصميمها الذى يتفق مع أهداف الدراسة، بالشكل الذى يتفق أيضاً مع أسلوب جمع البيانات، فتعرف فى الاستقصاء باستمارة الاستقصاء *Questionnaire* وتعرف فى المقابلة باستمارة المقابلة *Schedule Interview* وفى الحالتين قد يحتاج الباحث تصميماً معيناً للاستمارة وماتحويه من أسئلة لايختلف فقط باختلاف أسلوب جمع البيانات، ولكن باختلاف طبيعة البيانات المطلوبة وخصائص المبحوثين الذين يمثلون عينة البحث .

ولذلك نعتبر استمارة الاستقصاء أداة لجمع البيانات، وتستخدم مع كل الأساليب الخاصة بجمع البيانات بعد أن يتم تكييف تصميمها ليتفق وطبيعة البيانات المطلوبة، وخصائص المبحوثين . وتكون دليلاً للباحث فى جمع هذه البيانات من مفردات عينة البحث .

خطوات تصميم استمارة الاستقصاء

تمر مراحل أو خطوات تصميم استمارة الاستقصاء بالمراحل التالية :

- تحديد إطار البيانات المطلوبة ونوعها .
- تحديد نوع الاستمارة، ونوع الأسئلة المطلوبة .
- إعداد الاستمارة فى صورتها الأولية، ووضع الأسئلة فى أشكالها المختارة .
- اختبار الاستمارة .
- إعداد الاستمارة فى صورتها النهائية .

أولاً : مراجعة إطار البيانات وتحديد نوعها

تعتبر مشكلة البحث، والعلاقات الفرضية أو التساؤلات المطروحة، هى المرجع الأساسى فى تحديد إطار البيانات المطلوب جمعها، ذلك أن تحديد المشكلة يعنى بداية تحديد العناصر التى يتم دراستها والمستهدف من الدراسة، والأطر المكانية والزمنية والبشرية التى ترتبط بهذه الدراسة .

كما أن العلاقات الفرضية تحدد بدقة المتغيرات التى يتم دراستها، وتحدد أيضاً التساؤلات المطروحة فى حالة استخدامها بديلاً عن صياغة الفروض العلمية، وكذلك حدود ومجالات الإجابات المستهدفة من هذه التساؤلات .

وهذه الاجراءات البحثية التى يقوم بها الباحث تحدد العناصر والمتغيرات التى سوف يتم دراستها، والتى تعتبر الإطار العام للبيانات المطلوبة، ويقوم الباحث بمراجعتها، وإعادة تبويبها وتصنيفها، لتحديد كفايتها، ونوعها .

وطبقًا لأهداف البحث فى دراسة الجمهور، فإن البيانات المستهدفة لاتخرج عن حدود السمات العامة، والسمات الاجتماعية والفردية لهذا الجمهور، وكذلك البيانات الخاصة بالسلوك الإتصالى .

وهذه البيانات قد تعبر عن حقائق، أو عن آراء واتجاهات ومعتقدات أو مشاعر، أو عن السلوك فى الماضى أو الحاضر .

وطبقًا لنوعية هذه البيانات المستهدفة يتم تقسيم الأسئلة التى تضمها استمارة الاستقصاء إلى الأنواع التالية: (*L.M.Kidder 81:155-59 & D.Nachmais81:204-212*)

١- أسئلة تستهدف التعرف على الحقائق :

وهى الأسئلة التى تستهدف التعرف على سمات الفرد وخبراته، مثل السن، النوع، التعليم، والمهنة، والحالة الزواجية، الدخل، الظروف البيئية والاجتماعية... وغيرها من السمات التى تميز الأفراد ويمكن تصنيفها فى فئات تصف جمهور المتلقين، أو تفسر التباين بينها فى الاتجاهات والآراء والسلوك .

وعادة ما تتسم الإجابة على هذه الأسئلة بالدقة، خاصة إذا ماتم تحديد هذه الفئات بدقة، وكانت الأسئلة لاتمثل حرجًا أو تهديداً للمبحوث من وجهة نظره .

ويمكن من خلال المقارنة، أو استخدام الأسئلة التأكيدية، اختبار هذه الحقائق والتأكد من صحة الإجابات المعبرة عنها .

٢- أسئلة تستهدف التعرف على الآراء والاتجاهات والمعتقدات والمشاعر

ويرتبط بهذا النوع العديد من الصعوبات التى يجب أن يراعيها الباحث، بداية من عدم كفاية البيانات الخاصة بهذه الموضوعات، وعدم معرفة الفرد بها أو تحديدها قبل الاستقصاء أو المقابلة، إلى عدم إمكانية تحديد أوزان أو معايير ثابتة لتحديد

الاتجاه أو الرأى، وكثافته، أو عدم فهم المبحوث فى حالات الاستقصاء البريدى، للسؤال بالمعنى الذى يستهدفه الباحث بدقة، فقد يوافق المبحوث على برنامج معين لكنه لا يوافق على طريقة تقديمه .

وتظهر الصعوبة أكثر فى قياس الاتجاهات، التى تحتاج إلى استخدام العديد من المقاييس أو الأوزان، بينما لاتظهر بنفس الدرجة فى قياس الرأى الذى يمكن تمثيله بنسبة من يوافق أو لايوافق على موضوع الرأى المراد قياسه .

وعلى الرغم من أن الأسئلة التى تستهدف التعرف على الحقائق، والآراء والاتجاهات وغيرها من العناصر الفكرية أو المعنوية، قد تستهدف الوصف، إلا أن الأخيرة تحتاج إلى مهارات كبيرة فى صياغة الأسئلة واختيار شكلها وتعددها، حتى تعكس إلى حد بعيد حقيقة الاتجاهات أو الآراء أو المشاعر أو المعتقدات .

٣- أسئلة تستهدف التعرف على السلوك فى الماضى والحاضر

وهى الأسئلة التى يدور محتواها حول التعرف على الدور الاتصالى للفرد، وسلوكه نحو وسائل الإعلام ومفرداتها، وترتبط بالتساؤلات الخاصة بالتفضيل والاهتمام، وتشمل التعرض لهذه الوسائل واتجاهاته منها، بحيث تعبر عن النشاط الاتصالى للفرد فى العملية الإعلامية، وتجيب على السؤال كيف...؟ و....ماذا....؟ وكذلك مجموعة الأسئلة التكميلية التى ترتبط بالسؤال العام، لماذا.....؟ فى محاولة للتعرف على تفسير الفرد للسلوك .

ويضيف باكستروم - سيزار نوعا آخر من البيانات التى تستهدفها الأسئلة وهى **الأسئلة المعرفية** *Information Questions* التى تهدف الكشف عما يعرفه الناس، ودرجة المعرفة، ومصادرها، وبداية معرفتهم بالوقائع والأحداث .

فما يقرأه الفرد أو يتعرض إليه يرتبط أيضًا باتجاهات الأفراد، وهى أساس السلوك الانتقائى، حيث يعرضون أنفسهم انتقائيا للمعرفة، ويدركون، ويتذكرون انتقائيا (*Ch.M.Backstram & G.M.Cesar 81: 126-127*) .

وكما يرى باكستروم وسيزار فإن الأنواع السابقة من المعلومات تستهدف استجابات للكشف عن وجود أو غياب هذه الأنواع من المعلومات (خصائص أو سمات-الاتجاهات والآراء-أنماط السلوك-المعرفة) ودرجات أو مستويات التمثيل أو الوجود والغياب لهذه الأنواع من المعلومات مثل كثافة الآراء والاتجاهات وشدتها .

وبالإضافة إلى ماسبق يضيف تان(A.S. Tan 85:46) نوعا آخر وهو الأسئلة التى تستهدف الصور الذهنية Image . حيث تستهدف الكشف عن الصفات وكثافاتها وشدتها من خلال استخدام المقاييس التى تعد لهذا الغرض .

ثانيًا : تحديد نوع الاستمارة ونوع الأسئلة المستخدمة

يؤثر نوع البيانات المطلوبة التى يعكسها محتوى الأسئلة، فى نوع الاستمارة من جانب، ونوع الأسئلة المختارة من جانب آخر .

وهناك نوعان من استمارات الاستقصاء حسب نوع البيانات ومحتوى الأسئلة :

الاستقصاء المقنن *Structured*

وهو الذى يتضمن الأسئلة التى تستهدف التعرف على الحقائق، أو السلوك المحدد من خلال مجموعة من الأسئلة المعدة مسبقًا، ذات البدائل المحدودة فى استجابات المبحوثين، التى يمكن الوصول إليها من خلال البيانات المتوفرة عن موضوع البحث والدراسة .

وهذا النوع هو أنسب الأنواع استخدامًا فى الاستقصاء البريدى، نظراً لسهولة إعداده، وتحديد الاستجابات الخاصة بالأسئلة، دون وجود الباحث أثناء الإجابة .

الاستقصاء غير المقنن *Unstructured*

وهو الذى يعطى حرية أكثر للمبحوثين فى الإجابة على الأسئلة التى يضمها الاستقصاء، بالطريقة والألفاظ والتركيبات اللغوية التى تناسبهم، بدلاً من إجبارهم على اختيار الاستجابات من بين البدائل التى يضمها الاستقصاء المقنن .

وهذا النوع من الاستقصاء يستهدف التعرف على الآراء، والاتجاهات، والمعتقدات، والمشاعر، التى يصعب الكشف عنها من خلال الاستقصاء المقنن .

يستخدم أيضًا فى حالة عدم توفر البيانات الكافية عن موضوع الدراسة، التى تسهم فى تحديد بدائل الاستجابات، والخيارات المتاحة فى الإجابات، فيتم الاكتفاء برؤوس الموضوعات فى الأسئلة العامة التى يضمها هذا النوع من الاستقصاء .

وكذلك يؤثر نوع البيانات، ونوع الاستقصاء، فى نوع الأسئلة المقترحة التى يمكن تمييزها بالأنواع الثلاثة التالية : (P.J.Labaw 80: 132-51)

١ - الأسئلة المفتوحة، ذات الإجابة الحرة

Open-Ended Questions and Without Precoded Answer Categories

وهى التى يترك للباحث حرية الإجابة عليها بالطريقة والأسلوب الذى يراه، دون إجباره على اختيار إجابة محددة مسبقًا، أو بديل من بين الإجابات المحددة مسبقًا .

ويستخدم هذا النوع بتوسع فى الحالات الآتية :

- الرغبة فى معرفة الدوافع والاتجاهات والآراء والأفكار والمشاعر، والتى لايمكن أن تعكسها إجابات أو مقاييس غطية، ويمكن أن تختلف من فرد إلى آخر، باختلاف السمات العامة والاجتماعية والبيئية، كما يمكن أن يختلف درجة الإحساس بها، أو الكشف عنها أيضًا، مما يجعل هناك صعوبة فى تنميط الإجابات، فيفضل أن يترك للمبعوث الإجابة عنها بالطريقة والأسلوب الذى يراه .
- التعرف على مدى معرفة الفرد للمعانى التى قد يكتنفها الغموض، خصوصًا فى الدراسات التى تتباين فيها المستويات التعليمية للجمهور المستهدف، مثل السؤال حول تفضيل البرامج الثقافية ... فيكون السؤال ماذا يعنى مفهوم الثقافة من وجهة نظرك...؟
- فى الحالات التى تتسم بالنقص فى البيانات الخاصة بموضوع الدراسة، أو أحد جوانبه، مما يجعل هناك صعوبة فى تحديد استجابات محتملة للأسئلة المطروحة، وتظهر بصفة خاصة فى الدراسات الاستطلاعية أو الكشفية أو الصياغية .

ونظراً لاحتمالات التباين فى فهم السؤال بنفس المستوى من كل المبحوثين، فإن هذا النوع من الأسئلة غالبًا ما يكون نادر الاستخدام فى الاستقصاء البريدى، ويستخدم فى أسلوب المقابلة، التى تحتاج إلى تدريب عالٍ للارتفاع بمهارة الباحثين على إمكانيات تسجيل آراء وأفكار المبحوثين بدقة، وإدارة المقابلة حتى لايخرج المبحوث عن موضوع السؤال .

وبالإضافة إلى ذلك فإن هذا النوع من الأسئلة غالبًا ما يواجه بصعوبات تصنيف وتبويب الإجابات، بشكل إحصائى أو كمى .

٢ - الأسئلة المفتوحة ذات الإجابات المحدودة

Open-Ended With Precoded Answers

وهذا النوع من الأسئلة يحاول أن يتجاوز الصعوبات الخاصة بإمكانيات

تصنيف وتبويب الإجابات فى الأسئلة المفتوحة ذات الإجابات الحرة، وكذلك صعوبات استخدام بدائل عديدة للإجابات قد تبعث على الملل أو تؤدى إلى تحريف الإجابات فى الأسئلة المغلقة .

ويقوم استخدام هذا النوع من الأسئلة، على إعطاء الحرية كاملة للمبحوث فى الإجابة بالطريقة والأسلوب الذى يراه، مع احتفاظ الباحث برموز أو فئات الإجابات المحتملة للمبحوث دون أن يطلعه عليها، ويقوم على أساسها الباحث بتحويل الإجابات الحرة للمبحوث إلى فئات أو رموز يسهل تبويبها وتصنيفها .

فعندما نسأل الفرد عن اهتمامه بالبرنامج الإخبارى المسائى - على سبيل المثال - من خلال السؤال التالى : هل هناك أسباب خاصة لاهتمامك بهذا البرنامج...؟

فتكون إجابته الحرة كالآتى: عادة ما يذاع هذا البرنامج عقب نشرة الأخبار المسائية، التى أحرص على الاستماع إليها يومياً، ويقدم تحليلاً لبعض الأخبار المذاعة فيها، التى تجعلنى فى غنى تماماً عن قراءة جرائد الصباح ...

فهنا نجد أن المبحوث قدم إجابات، يقوم الباحث بترميزها- أثناء المقابلة ودون علم المبحوث - حسب الفئات الموضوعة مسبقًا كالآتى :

- ملاءمة وقت البرنامج ١
- يساعد على اكتساب المعارف العام ٢
- يقدم بديلاً عن الجرائد الصباحية ٣

ومن الطبيعى ألا تستخدم هذه الأسئلة إلا فى حالات المقابلة، حيث تتطلب المواجهة والاستماع إلى المبحوث، وتعتمد على المقومات الآتية :

- قدرة الباحث أو القائم بالمقابلة على الاستماع جيداً إلى الإجابات، ويجب ألا يكون ذلك مبرراً لاستخدام أجهزة التسجيل، لأن كثيراً من المبحوثين يعارضون تماماً استخدام أجهزة التسجيل أثناء المقابلة، إلا فى حالات نادرة ترتبط بشخصية المبحوث وطبيعة موضوع المقابلة .
- قدرة الباحث على التفسير الصحيح للإجابات والقدرة على اختيار الرموز أو الفئات المناسبة لها بدقة من بين فئات الترميز التى يستخدمها الباحث . وهذه القدرات تحتاج إلى تدريب عالٍ للباحثين على استنتاج كافة الأسئلة المحتملة، ووضع الإجابات الطويلة فى أحد الفئات القائمة، خصوصاً إذا تعددت الإجابات مع تعدد مفردات عينة البحث، فتشكل صعوبة فى الترميز والتصنيف .

٣- الأسئلة المغلقة *Closed - Ended Questions*

وتعتبر أكثر الأنواع شيوعًا فى الاستقصاء نظراً لما توفره من وقت وجهد فى الترميز والتبويب، والتصنيف والتحليل الاحصائى للإجابات .

وتعتمد هذه الأسئلة على مجموعة من الإجابات المحددة مسبقًا، التى تعتبر البدائل أو الخيارات التى يختار منها المبحوث ما يتفق مع ما يرمى إليه أو يستهدفه بالإجابة .

وتستخدم هذه الأسئلة بصفة خاصة فى حالة الرغبة فى الحصول على البيانات المرتبطة بالحقائق أو السلوك الظاهر، أو الأمور التى يمكن تحديد استجاباتها المحتملة بدقة .

وعلى الرغم من مزايا استخدام هذه الأسئلة إلا أنها تحتاج إلى اختبارات عديدة للتأكد من صدق المحتوى *Validity Content* ، لأنه من الضرورى أن يكون هناك اتفاق بين مايعنيه الباحث بالاستجابات البديلة، وما يعنيه المبحوث باختياره منها . ونتيجة لذلك فإنه من النادر استخدامها فى الحصول على البيانات الخاصة بالاتجاهات أو الآراء أو المعتقدات، التى يمكن أن تختلف حولها التفسيرات، أو الحدود التى تمثلها أوزان أو مقاييس الاستجابات مثل درجات مهم/ مهم جداً/ كبيرة/ صغيرة/ ضعيفة.... وهكذا .

ولايقف استخدام هذه الأنواع من الأسئلة على استمارات أو موضوعات، أو بيانات معينة، ولكن استخدامها يرتبط برؤية الباحث لطبيعة موضوع الدراسة، والعينة المختارة، وطبيعة البيانات المطلوبة، والأساليب الاحصائية التى سيستخدمها فى تصنيف وتبويب النتائج وتحليلها .

وهناك عدة معايير للاختيار بين أى من أنواع الأسئلة السابقة فى تصميم الاستمارة . (*D.Nachmais & Ch.Nachmais 81:214*)

- موضوع الاستقصاء : فإذا كان موضوع الاستقصاء يستهدف التصنيف من خلال تعبيرات ذات أوزان محددة مثل نعم/ لا، أوافق/ لا أوافق، أو التقدير التى يستهدف الكشف عن الترتيب أو الدرجة والكثافة، فإن الأسئلة المغلقة تعتبر أفضل استخداماً . أما إذا كان الموضوع يستهدف التعرف على عملية تكوين هذه التقديرات وأسبابها، فإن الأسئلة المفتوحة تعتبر أكثر مناسبة .

- مستوى المعلومات المتاحة عند المبحوث عن موضوع الاستقصاء، ذلك أن النقص فى هذا المجال يجعل الباحث يلجأ إلى الأسئلة المفتوحة لتكون مرشداً له فى توجيه الإجابة، بينما تعتبر الأسئلة المغلقة أكثر مناسبة حينما يكون الموضوع حول سمات أو خبرات المبحوث التى يدركها جيداً .
- وتعتبر الأسئلة المفتوحة أكثر مناسبة للتعبير عن الآراء أو الاتجاهات، لأن الأسئلة المغلقة فى هذه الحالة لن تقدم تعبيراً صادقاً عما يعنيه المبحوث .
- مستوى الدافع إلى الإجابة على أسئلة الاستقصاء فالأسئلة المغلقة تحتاج إلى دافع بسيط، لارتفاع مستوى وعى المبحوث أو إدراكه وتفاعله مع موضوع الاستقصاء على سبيل المثال، بينما تحتاج الأسئلة المفتوحة إلى دوافع أقوى، تثير الاتصال بين الباحث والمبحوث الذى يتمثل عادة فى أسلوب المقابلة الشخصية .

ثالثًا : إعداد الاستمارة فى صورتها الأولية ووضع الأسئلة فى أشكالها المختارة

بعد أن يتخذ الباحث قراره بشأن نوع الاسئلة المختارة، فإنه يبدأ فى إعداد الاستمارة فى صورتها الأولية، والتى ترتبط بداية باختيار شكل الأسئلة، وصياغتها وترتيبها على صفحة أو صفحات استمارة الاستقصاء .

ولاتوجد بدائل فى شكل الأسئلة المفتوحة، فهى أسئلة تبدأ عادة بأدوات الاستفهام المعروفة، ويترك للمبحوث مساحة كافية لتسجيل إجابته بالأسلوب والطريقة التى يراها، أو يسجلها الباحث كما يعنيها المبحوث، أو يحولها الباحث إلى الفئات السابق ترميزها وإعدادها بما يتفق مع الإجابات فى الأسئلة المفتوحة ذات الإجابات السابق ترميزها .

أما فى الأسئلة المغلقة، أو ذات النهايات المغلقة فإن هناك عدداً من الأشكال التى توضع فيها الأسئلة وإجاباتها المحتملة، يختار منها الباحث مايتفق مع طبيعة موضوع السؤال والبدائل المحتملة للإجابة، وهى كما سبق أن قدمنا فى الفصل السابق تنتمى إلى مقاييس التصنيف والترتيب وتصلح لتحقيق هذه الأهداف والخروج بتقديرات للخصائص والسمات وترتيب الاستجابات. ومن الأشكال الشائعة مايلى :

- الاستجابات الثنائية *Dichotomouse Response*

وهى عبارة عن بديلين فقط للاستجابات، يختار منها المبحوث واحدة فقط، وأبسطها نعم/ لا، أوافق/ لا أوافق . مثل :

- تشاهد البرامج الثقافية فى التليفزيون نعـــم( ) لا ( )
- يجب زيادة الوقت المخصص للبرامج الثقافية أوافق( ) لا أوافق( )

- الخيارات المتعددة: *Multiple Choise*

وفى هذا النوع تتعدد الاستجابات للسؤال الواحد، ويختار منها المبحوث استجابة واحدة تتفق مع الحقيقة المطلوبة، مثل فئات السن، أو فئات الدخل، أو فئات المستوى التعليمى .... أو غيرها من الفئات الخاصة بالسمات العامة أو الاجتماعية والفردية، أو فئات السلوك المرتبطة بالاهتمام والتفضيل .

تفضل من الجرائد الصباحية جريدة.....

الأهـــرام ( )

الأخـبـار ( )

أخبار اليوم ( )

الجمهورية ( )

وقد يسمح للمبحوث باختيار أكثر من استجابة من الاستجابات المتعددة، يرى أنها تتفق مع رأيه أو وجهة نظره، ويظهر استخدام هذا الشكل من الأسئلة فى الأسئلة التى تبحث فى التفضيل والاهتمام، والاستخدام والإشباع أو تحقيق الحاجات .ومن الأمثلة على هذا الشكل مايلى :

* البرامج التى تفضل مشاهدتها فى القنة الأولى بالتليفزيون :

- البرامج الإخبارية ( )
- البرامج الثقافية ( )
- البرامج الدينية ( )
- البرامج الصحية ( )
- البرامج الزراعية ( )
- البرامج الرياضية ( )

وفى هذه الحالة فإن المبحوث يمكنه ان يختار أكثر من استجابة تعبر عن تفضيله ويحدد اختياره بعلاقة توضع بين أقواس البدائل المختارة مثل علامة(   ).

* تحرص على مشاهدة التمثيليات والمسلسلات التليفزيونية.. لأنها :

- تقدم معارف جديدة (   )
- تعالج مشكلات المجتمع (   )
- تعالج مشكلات الأسرة (   )
- تروح عن النفس (   )
- تقتل الوقت (   )

ويراعى فى تحديد بدائل الاستجابات أن تكون كافية بحيث تشمل البدائل المتوقعة، ويجد المبحوث من بينها ما يناسب رأيه أو وجهة نظره، وذلك حتى لاتتكرر فئة« أخرى» أو غير ما ذكر، والتى تشكل صعوبة فى التصنيف والتبويب وإجراء اختبارات صدق وثبات النتائج، وفى حالة زيادة عدد الخيارات أو البدائل إلى حد يصعب تسجيله فى الأسئلة المغلقة، فإنه يفضل فى هذه الحالة أن تترك الإجابة حرة أو مفتوحة، حتى تترك الحرية للمبحوث فى الإجابة دون أن يشعر أن هذه الخيارات المحدودة تشكل قيداً على اختياره من خارجها .

وبالإضافة إلى ذلك يجب أن تتميز الخيارات أو البدائل بالاستقلال، بحيث يمثل كل خيار أو بديل وحدة مستقلة متميزة، لا تتداخل مع غيرها من الخيارات أو البدائل فى التصنيف .

- الخيارات المتعددة ذات العلاقة *Related Multiple Choise*

ويصلح استخدام هذا الشكل من الأسئلة فى الحالات التى يسعى الباحث فيها إلى التعرف على علاقات التفضيل والاهتمام بين الوسائل والمفردات وبعضها، أو العلاقة بين الاستخدام والإشباع وتحقيق الحاجات التى تكشف عن التفضيل ودوافعه أو أسبابه .

فيمكن على سبيل المثال دراسة العلاقة بين تفضيل الفرد لصحيفة معينة، ومحطة إذاعية، فى وقت واحد من خلال هذا الشكل، كالآتى :

ضع علامة(   ) أمام الجرائد التى تفضل قراءتها، والقنوات التليفزيونية التى تفضل مشاهدتها :

الأهرام	الأخبار	الجمهورية

- القناة الأولى .
- القناة الثانية .
- القناة الفضائية المصرية .
- القنوات المحلية .
- قناة النيل .

أو تقدير مستويات القراءة لصحف، التى تعكس التفضيل والاهتمام المقارن بينها، مثل : من بين الجرائد الصباحية التالية، أذكر درجة انتظامك فى قراءتها :

أقرأها	بانتظام	أحياناً	نادراً	لاأقرأها
الأهـــــرام				
الأخـــبـــار				
الجمهـورية				
أخبار اليوم				

أو تستخدم فى التعرف على العلاقة بين استخدام الوسائل أو المفردات، والدوافع أو الحاجات التى توفرها مثل :

من بين وسائل الإعلام الآتية، ضع (   ) أمام الأسباب التى تجعلك تحرص عليها:

الصحف	الراديو	التليفزيون

- اكتسب معارف جديدة .
- تعالج مشكلات المجتمع .
- تروح عن النفس .
- تقتل الوقت .

ويراعى عدم استخدام هذا الشكل من الأسئلة، بديلاً عن سؤالين كل منهما يحتاج إلى استجابة واحدة، توفيراً للوقت أو المساحة، لأن استخدامه يرتبط بمستوى عال من التعليم لدى المبحوثين، ومهارة عالية للباحث فى صياغة العلاقة بين العناصر الرأسية والأفقية، وإمكانيات تصنيفها وتبويبها بسهولة ويسر .

- الترتيب حسب الأهمية : *Rank - Ordering*

ويستخدم هذا الشكل فى الحالات التى يرى فيها الباحث أهمية المفاضلة بين عناصر متعددة، تتفاوت درجة اهتمام وإدراك المبحوث لها .

ويطلب الباحث إما ترتيب العناصر فى الاستمارة، أو إعطاء أرقام لهذه العناصر تدل على درجة الأهمية، مهما اختلفت مواقع هذه العناصر فى الاستمارة .

مثل : رتب البرامج الآتية حسب درجة اهتمامك بها :

البرامج الإخبارية/ البرامج الثقافية/ البرامج الدينية/ ..... إلى آخره .

١-

٢-

٣-

٤-

٥-

أو يتم صياغة الترتيب كالآتى :

رتب البرامج الآتية من ١ - ١٠ (مثلاً) حسب درجة اهتمامك بها :

- البرامج الإخبارية (٢)
- البرامج الدينية (١)
- البرامج الثقافية (٣)
- البرامج الرياضية (٧)
- (٥)

ويراعى فى الأسئلة الخاصة بالترتيب ألا تكون العناصر المراد ترتيبها، كثيرة ومتعددة تزيد من حيرة المبحوث، وتسبب له ارتباكًا أثناء الترتيب، وكلما كان عدد العناصر صغيراً، كلما كان الترتيب أكثر سهولة للمبحوث والتحليل الإحصائى .

ويتفق الترتيب حسب الأهمية مع مستوى القياس الترتيبى *Ordinal Scale* الذى يقتضى من الباحث وضع ترتيب لنتائج الرصد، حتى يوضح التباين فى الاختيار من خلال هذا الترتيب، أو يعطى درجات تنازلية للمستويات يعبر أعلاها عن المستوى الأعلى فى التقدير أو الاختيار ...... مثل :

ضع درجة من ١٠ تعبر عن درجة تفضيلك للموضوعات التالية :

- الموضوعات السياسية . ( )
- الموضوعات الاقتصادية . ( )
- الموضوعات الدينية . ( )
- الموضوعات الرياضية . ( )
- الموضوعات الفنية . ( )

( )

( )

( )

ويلاحظ أن الدرجة التى اعطاها المبحوث، قامت بترتيب العناصر ترتيباً يعكس رأيه فى الموضوع، الذى يمكن تفسيره بعدم موافقته على موضوع السؤال فأعطاها أعلى درجة فى التقدير .

- المجالات الفاصلة *Interval Scales*

ويمثل هذا النوع من الأسئلة فى مقاييس الاتجاهات والتقدير التى سبق الإشارة إليها فى الفصل السابق، وتستخدم بتوسع فى قياسات الرأى والاتجاه والتفضيل، وذلك بأن يطلب من المبحوث اختيار الفواصل، أو المسافات الدالة على رأيه أو اتجاهه من موضوع السؤال، الذى يقع بين رأيين متباينين يعبر عنهما لفظياً، فيطلق عليه مقياس التباين الدلالى *Semantic Differential Scale* - كما سبق أن أشرنا- أو مقياس المسافات الخمس، أو السبع، *Five or Seven - Step Rating Scale* ، حيث تقع هذه المسافات أو الفواصل بين الألفاظ المتباينة ذات الدلالة، على أطراف الاتجاه أو الرأى، فتعكس شدة أو كثافة الاتجاه أو تأييد أو معارضة الرأى، وتستخدم مثل هذه الأسئلة أيضاً فى وصف الصورة الذهنية من خلال خصائص الصفات التى ترسم هذه الصورة .

ممتاز - - - - - - - ضعيف

مفيد - - - - - - - غير مفيد

مهم جداً - - - - - - - غير مهم على الإطلاق

وفى قياس الاتجاهات أو تقدير الأوزان، يتوسط هذه المجالات التقدير الصفرى أو المحايد، بحيث يمثل الاتجاه نحو اليمين واليسار الاتجاه الموجب والسالب بنفس الأوزان .

موافق للغاية			محايد			معترض للغاية
٣	٢	١	صفر	١	٢	٣
ـ	ـ	ـ	ـ	ـ	ـ	ـ

والمبحوث فى هذه الحالة يؤشر على المسافة التى يرى أنها تقترب من الاتجاه الذى يتبناه، فيعبر من خلال الرموز التى يحتفظ بها الباحث عن شدة أو كثافة هذا الاتجاه .

- الخيارات الجبرية *Forced Chois*

وهذه تتفق مع الأسئلة السببية، التى تكون قد انتهت أولاً إلى إجابة بالتفضيل أو عدم التفضيل، ولذلك لايطرح على المبحوث استجابات تعكس تبايناً ما، ولكنها كلها تعكس أسباباً أو دوافع يرى الباحث أنها تمثل كل الاستجابات البديلة ويختار المبحوث منها، ولايترك له حرية رفضها أو اختيارغيرها من السؤال التابع (... أذكر الأسباب الأخرى)، الذى يأتى بعد هذه الأسباب، ولكن يقتصر على ما يراه الباحث فقط، والذى يعرض من خلال تكرار الإجابة فى أشكال مختلفة .

اختر عبارة واحدة من العبارات التالية :

(١) - أشاهد التليفزيون للتسلية .

- أشاهد التليفزيون لقتل الوقت .

(٢) - أقرأ الصحف لزيادة معلوماتى .

- أقرأ الصحف لمعرفة أخبار العالم .

ومن خلال الأسئلة المتكررة يمكن للباحث التعرف على نماذج السلوك والاتجاهات وأسبابها أو دوافعها .

- ملأ الفراغات *Fill-in- The Blunk*

وتستهدف مثل هذه الأسئلة استدعاء المعلومات لدى المبحوث، ومساعدته على التذكر من خلال السياق الناقص، الذى يملأ فراغاته بكلمات أو جمل تعكس

معرفته بالموضوع، أو معلوماته عنه .

وتستخدم بتوسع فى تحديد مستويات المعرفة واختباراتها مثل :

- القصة الإخبارية الرئيسية فى الصحفة الأولى من جرائد السبت كانت حول....

- يذاع برنامج عالم الحيوان يوم..... من كل أسبوع .

وأشكال هذه الأسئلة ليست على سبيل الحصر، ولكنها على سبيل المثال، ذلك أن الباحث يمكنه أن يقوم بتصميم العديد من الأشكال التى تتفق مع طرق القياس الرئيسية التى تستخدم فى مجال مقارنة وتقويم الاستجابات، مثل القياس الأسمى أو اللفظى *Nominal* أو الترتيبى *Ordering*، أو الفاصل *Interval* ولها تطبيقات متعددة . كما يمكن استخدام الصور والرسومات المرتبطة بموضوع السؤال، أو المحددة للاستجابات فى الاستقصاءات التى تصمم للأطفال على سبيل المثال .

صياغة الأسئلة

يعتبر تحقيق النموذج الاتصالى فى بناء استمارة الاستقصاء، الأساس الأول لصدق هذه الاستمارة فى تحقيق أهدافها الدراسية، ويرتبط بتحقيق النموذج الاتصالى بداية صياغة الرموز والمعانى فى أسئلة الاستقصاء بحيث تكون مفهومة لكل من الباحث والمبحوث بنفس المستوى .

ولذلك فإنه يجب أن تكون أحد الأهداف الرئيسية التى يسعى الباحث إلى تحقيقها فى عملية الاستقصاء، تحقيق التواصل بين الباحث والمبحوث، وتوفير الكثير من الجهد والوقت فى اختبار صدق الاستمارة .

وهناك العديد من المبادئ أو القواعد التى يجب أن يراعيها الباحث فى صياغة أسئلة الاستقصاء التى تساعد على تجاوز الغموض فى الأسئلة، وتجنب المبحوث الحيرة أو الارتباك التى تؤدى إلى التحريف غير المقصود فى الإجابات أو إهمال بعض الأسئلة، أو الاستمارة كلها .

ومن هذه المبادئ والقواعد ما يلى :

- تجنب الأسئلة المزدوجة *Double-Barreled Questions* ، وهى الأسئلة التى تستهدف إجابتين من خلال سؤال واحد، قد يختلف الرأى فيهما، وتعتمد فى صياغتها على حرف العطف أو البدل مثل :

هل توافق على تكرار إذاعة برنامج حديث المدينة فى القناة الثانية أيضاً ، وفى فترة السهرة ؟ أوافق لا أوافق

ففى هذا المثال قد يوافق المبحوث على تكرار إذاعة البرنامج، لكنه لايوافق على أن يكون فى فترة السهرة، فلايجد مجالاً لتسجيل الرأيين لأن الإجابة لاتحتمل إلا استجابة واحدة للسؤال المزدوج .

وأيضاً : توافق على تغيير التعليق الأخبارى، ببرنامج «دائرة الحوار» أو «وجها لوجه» أوافق لا أوافق

لايثير الأمر مشكلة للمبحوث، إذا ما كانت الموافقة أو عدم الموافقة على برامج واحد، ولكن ذكر برنامج «دائرة الحوار» أو «وجها لوجه»، يسبب حيرة للمبحوث الذى يوافق على التغيير ولكنه لايدرى كيف يحدد البرنامج البديل، حيث لايوجد مجالاً للاستجابة خاصة بهذا الاختيار .

ففى السؤالين السابقين بفضل صياغتهما فى سؤالين مستقلين كالآتى :

- هل توافق على تكرار إذاعة برنامج حديثة المدينة فى القناة الثانية أيضاً ؟

أوافق لا أوافق

فى حالة الموافقة على الإذاعة، هل توافق على إذاعته فى فترة السهرة؟

أوافق لا أوافق

وبالنسبة للسؤال الثانى، يكون الجزء الثانى من السؤال :

فى حالة الموافقة على تغيير التعليق الأخبارى، تفضل أن يذاع بدلاً من :

- دائرة الحوار .
- وجها لوجه .

- أن يتجنب الباحث صياغة الأسئلة السالبة *Negative* ، وهى الأسئلة التى تسأل بالنفى، أو تسأل عن الجانب السلبى فى موضوع السؤال، فتسبب حيرة للمبحوث فى الإجابة، مثل :

من بين الأسباب الآتية لقراءة الصحف، حدد الأسباب التى لاتوافق عليها :

- تقدم المعلومات والتفسيرات حول الشؤون العامة .
- أداة ضرورية فى نظام الحياة اليومية .
- الهروب من متاعب الحياة اليومية .

- تساعد على اكتساب المظهر الاجتماعى .
- أداة للتواصل الاجتماعى والتعرف على مشكلات واهتمامات الناس .

وكذلك مثل :

* من بين الصحف الآتية، أذكر الصحف التى لاتقرأها .
* لاتوافق على إنشاء قناة تليفزيونية ثالثة نعم( ) لا( )

- وتسبب الأسئلة الإيحائية *Leading Questions* تحيزاً واضحًا فى الإجابة، لأن المبحوث قد يستشعر من خلال السؤال أن هناك إجابة مستهدفة يوافق عليها، أو يستجيب لها، ويظهر الإيحاء فى تقديم السؤال، أو فى بنائه اللفظى الذى يحتوى على بعض الألفاظ أو العبارات العاطفية، التى تستميل المبحوث إلى إجابة معينة مثل :

* التمثيليات والأفكار المستوردة التى يذيعها التليفزيون تجعل التليفزيون يشارك فى المسؤولية حول انحراف الشباب .

أوافق   لا أوافق

فالمقدمة التى بدأ بها السؤال تؤكد معنى معينًا باستخدام عبارة استيراد الأفكار من الخارج تجعل المبحوث يتحيز بالإجابة نحو الموافقة، دون تفكير كاف فى مسؤولية التليفزيون عن انحراف الشباب، ويمكن أن يقتصر السؤال فى الجزء الثانى فقط وهو :

يشارك التليفزيون فى المسؤولية عن انحراف الشباب

أوافق   لا أوافق

وكذلك :

مثل الغالبية العظمى من الشعب المصرى، ترى ضرورة التوسع فى الصفحات الرياضية   أوافق   لا أوافق

هل توافق على رأى المسئول بإمتداد الإرسال ٢٤ ساعة .

أوافق   لا أوافق

ويمكن صياغة السؤال دون الإشارة إلى كلمات الغالبية العظمى/ المسئول/ التى قد تسبب حرجًا للمبحوث فى الإجابة .

- وبالإضافة إلى ذلك يتجنب الباحث الألفاظ أو المصطلحات المتحيزة التى توحى للمبحوث باستجابة معينة : مثل :

فى أوقات فراغك، تفضل قراءة الصحف، أو مجرد مشاهدة التليفزيون .

وهنا نجد أن استخدام كلمة «مجرد مشاهدة» قد تثير لدى المبحوث الإحساس بعدم أهمية المشاهدة فى السؤال، فيستجيب إلى تفضيل قراءة الصحف .

وكذلك فى استخدام المصطلحات المتحيزة .

من أين سمعت عن هذه الاستخدامات الجديدة فى الزراعة ...؟

فكلمة (سمعت) هنا حددت بداية الوسائل السمعية فى الإعلام وتجعل المبحوث يستجيب مشيرا إلى الراديو أو التليفزيون وإهمال الصحف، التى قد تكون مصدراً لهذه المعارف .

- ويعتبر غموض السؤال عاملاً من عوامل عدم فهم السؤال، أو مايعنيه الباحث بمحتواه . وذلك نتيجة عدم مراجعة الباحث للإطار المرجعى للمبحوث الذى يؤثر فى إدراكه للرموز والأشياء المحيطة به، فيجعله يفهم هذه الرموز أو الأشياء فى إطار هذه المدركات، ومايكون خارج مدركاته يصعب عليه فهمه، وبالتالى استجابته له .

ومما يسبب غموض السؤال، استخدام الكلمات الصعبة، أو، المصطلحات، أو الكلمات المهجورة، والكلمات ذات المعانى المزدوجة، أو التركيبات اللفظية الجوفاء التى لاتؤدى معنى محدداً، أو استخدام التعبيرات اللفظية الكمية مثل : كثير/ قليل/ مهم/ ضعيف دون أن يكون هناك أساس معيارى لتقدير أوزان هذه التعبيرات .

ولذلك فإنه يجب على الباحث أن يتجنب هذا الغموض، ويلجأ إلى الأساليب والألفاظ والتركيبات والمعانى الواضحة، وأن يتمثل دائمًا المبحوث بمستواه التعليمى والثقافى والاجتماعى الذى يؤثر فى مدركاته، فلايستخدم شيئًا يخرج عن هذا الإطار، يؤدى إلى غموض السؤال .

- أن يتأكد الباحث من أن السؤال لايسبب حرجًا، فى الإجابة عليه، مثل الأسئلة المرتبطة بالأعراف والتقاليد الاجتماعية، التى لاتتوقع من المبحوث أن يستجيب إلى ما يخالفها، أو الأسئلة التى تمثل تهديداً للمبحوث نتيجة مخالفة السلوك

فيها لتقاليد المجتمع، مثل السؤال عن مشاهدة التمثيليات أو الأفلام الخارجة على الآداب العامة، أو تأييده لبعض الأفكار أو الآراء الدخيلة على المجتمع والتى يعتقد أن المجتمع يرفضها، ففى مثل هذه الحالات سيتردد المبحوث كثيراً فى الإجابة على هذه الأسئلة، وربما يرفض الإجابة على الاستمارة كلها .

وعندما يكون السؤال ضرورياً فى مثل هذه الحالات، وتكون الإجابة مستهدفة فإنه يمكن للباحث أن يلجأ إلى الأسئلة غير المباشرة، التى تجعل المبحوث يتحمس إلى الإجابة عليها اعتقاداً منه أن الإجابة لاتعبر عن رأيه الشخصى، مثل :

- ماهى فى رأيك الأسباب التى تجعل الأفراد لايقرأون الصحف القومية...؟ وهذا السؤال يعتبر بديلاً عن سؤاله، لماذا لاتقرأ الصحف القومية ...؟

وكذلك :

- لماذ يرفض الشباب من ذوى المؤهلات العليا الاستماع إلى نشرات الأخبار الرسمية ..؟

بدلاً من سؤاله، هل تذيع نشرات الأخبار الرسمية كل الحقائق ..؟

وتعتبر الأسئلة الخاصة بالسن، والتعليم، والدخل، من الأسئلة المحرجة بالنسبة للمبحوث، التى يلجأ الكثير من الأفراد إلى تجنب الإجابة عليها بطريقة مباشرة .

ولذلك فإنه عادة ما يتم صياغة هذه السمات فى فئات يستجيب إلى إحداها بدلاً من سؤاله مباشرة عن سنه، أو تعليمه أودخله، مما يؤكد على ضرورة تحقيق التوازن بين الدقة التى يحققها السؤال المباشر حول هذه الأمور واحتمالات رفض مثل هذا السؤال .

- أن يتجنب الباحث أيضاً الأسئلة التى تستهدف معلومات تفصيلية قد لايتمكن المبحوث من تذكرها أو استعادتها، فتشكل صعوبة فى الإجابة تجعله يهمل السؤال، مثل: كم عدد الساعات التى شاهدت فيها التليفزيون خلال الأسبوع الأخير..؟ وتتزايد بالتالى نسبة الإجابات المرفوضة، ويصبح من الأفضل الاكتفاء بسؤاله عن عدد الساعات التى شاهد فيها التليفزيون أمس .

وكذلك السؤال العام عن المعارف التى اكتسبها الفرد من الصحف خلال الشهر الماضى، أو السؤال عن التغير فى عادات المشاهدة أو الاستماع فى هذا العام عن العام الماضى..؟ وهكذا .

- ومن الملاحظ أن المبحوث عادة مايكون متسرعاً فى الإجابة على أسئلة الاستقصاء، ولذلك فإن طول السؤال أيضاً قد يؤدى إلى عدم فهمه، ولهذا فإن الباحث يجب أن يحاول قدر الإمكان صياغة السؤال فى عبارات قصيرة وجمل مركزة، وبشكل لايخل بالمعنى أو يؤدى إلى استخدام كلمات أو عبارات غريبة على المبحوث .

وهذه الآراء التى يرى الخبراء ضرورة مراعاتها فى صياغة الأسئلة، هى على سبيل المثال لا الحصر - وكلها أو مثيلاتها - تستهدف بصفة عامة تيسير عملية الإجابة على أسئلة الاستقصاء، وتقليل الجهد والوقت المبذول فيها، بحيث لاتشكل عبئاً على المبحوث فيهمل أجزاء من الاستمارة، أو الاستمارة كلها، ذلك أن الهدف النهائى هو الارتفاع بقدر الإمكان بنسبة الاستجابات الدقيقة المرتدة إلى الباحث، خاصة فى الاستقصاء البريدى الذى يتولى فيه المبحوث وحده الإجابة على الاستمارة .

ونشير كذلك إلى أنه ليست هناك حدود ملزمة لاختيار الأسئلة المفتوحة أو المغلقة، ولكن الاختيار يرتبط بالدرجة الأولى بنوع البيانات، وخصائص عينة المبحوثين، وأسلوب جمع البيانات، مع مراعاة تنوع الأسئلة وأشكالها فى حالة الأسئلة المغلقة، حتى يتجنب الباحث الأسئلة والإجابات النمطية التى لاتستثير تعاون المبحوث، وتبعث على الملل الناتج عن التعامل مع نمط واحد من الأسئلة .

ويظل تحديد عدد الأسئلة مرهوناً بموضوعات الاستقصاء، وتعددها من جانب وتأثير هذا العدد على طول الاستمارة من جانب آخر، والتى ينصح الخبراء بتحديد طولها إلى أقل قدر ممكن لتوفير الوقت والجهد على المبحوث، وتلافى التأثير الذى يمكن أن يحدث فى استجابات المبحوث نتيجة طول الاستمارة وتعدد أسئلتها بشكل كبير .

ففى دراسة لتأثير طول الاستقصاء على نوعية الاستجابات(*A.R.Herzog & J.G.Bachman 81: 544-59*) وجد الباحث تبايناً كبيراً فى استجابات الأفراد لخمسة استقصاءات قصيرة، عن الاستقصاء المطول، الذى يضم مفردات الاستقصاءات القصيرة، والتى كانت مدة الإجابة المفترضة لها ٤٥ دقيقة. وكانت مدة الإجابة المفترضة للاستقصاء المطول ساعتين مع وجود دوافع مادية للمبحوثين

تمثلت فى المقابل المادى، وإطلاق وقت الفصل الدراسى لطلبة الدراسات العليا، الذين كانوا يمثلون المبحوثين فى هذا الاختبار . وقد انتهى الباحث إلى أنه رغم الدوافع المستخدمة، فإنه كان هناك تأثير لطول الاستمارة على نوعية الاستجابات .

فالأفراد فى الجزء الأخير من الاستقصاء الطويل يكونون نمطيين فى الإجابة، ولذلك ينصح بأنه إذا كانت هناك ضرورة لاستخدام استقصاء طويل فإنه يفضل تقسيم الأسئلة إلى جزئين على الأقل، وصياغة الأجزاء فى نظم مختلفة لمختلف المجموعات الفرعية من العينة، حتى يمكن الاعتماد على صدق الاستجابات، وتجنب الخطأ العشوائى الذى يفرضه الوقت والمجهود المرتبط بطول الاستمارة .

ترتيب الأسئلة

ويستهدف ترتيب الأسئلة المناسب *Questions Order* ، تقليل الوقت والمجهود الذى يبذله المبحوث فى الإجابة على الأسئلة، ذلك أن الأسئلة التى تفتقر إلى الترتيب المناسب، ترهق المبحوث وتؤثر فى مستوى تعاونه، وبالتالى فى مستوى الاستجابة إلى الاستقصاء .

ولايمكن أن نقرر أن هناك ترتيباً نمطياً يحقق هذه الأهداف، ولكن رؤية الباحث، وطبيعة موضوعات الاستقصاء،، وخصائص عينة المبحوثين، تؤثر تأثيراً كبيراً فى الترتيب المناسب للأسئلة، خاصة فى علاقة الموضوعات بعضها ببعض .

واتباع الترتيب المنطقى للأسئلة يفرض الانتقال من الأسئلة السهلة إلى الأصعب . حتى لايصطدم المبحوث بداية بصعوبة الأسئلة فيحجم عن استكمالها، بينما أن الإجابة على الأسئلة السهلة فى البداية تكون دافعاً إلى استكمال الإجابة حتى لو كانت أكثر صعوبة .

ويفرض أيضاً، الانتقال من الأسئلة العامة إلى الأسئلة المحددة، حتى يتم تهيئة المبحوث من خلال الأسئلة العامة إلى إجابة الأسئلة المحددة . فمن الطبيعى أن نبدأ بالأسئلة الخاصة بامتلاك أجهزة التليفزيون، ومشاهدته، وكثافة المشاهدة قبل الأسئلة الخاصة بالتفضيل والاهتمام بالبرامج والمفردات، أو المعرفة المكتسبة من خلال المشاهدة ... وهكذا .

وفى دراسة لتأثير ترتيب الأسئلة على استجابات المسح (*S.G.Mc Farland* *81: 208-15*) انتهى الباحث إلى أهمية أن تسبق الأسئلة التى نوجهها للتقييم العام لموضوعات معينة، الأسئلة الأكثر تحديداً، ذلك أن الأسئلة المحددة تخلق وضعاً محدداً، ربما يؤثر فى الإجابة على معظم الأسئلة العامة، بينما الأسئلة العامة أقل تأثيراً على الاستجابات لأكثر الموضوعات الفرعية المحددة .

وانتهى الباحث فى هذه الدراسة إلى فرض قابل للاختبار مضمونه أنه عندما تكون إجابات المبحوث على سؤال ما، مؤشراً سلوكيًا لأسئلة أخرى، فإن السؤال المحدد أولاً سوف يعزز العلاقة الارتباطية الإيجابية بين السؤالين .

وفى المجالات التى ترتبط فيها الأسئلة بإطار زمنى، فإن اتباع الترتيب الزمنى فى ترتيب الأسئلة يكون مفضلاً، خاصة فى الأسئلة الخاصة بالآراء أو الاتجاهات المرتبطة بالتطور التاريخى للأحداث أو التطور العمرى أو التعليمى للفرد . .

وكذلك يفضل أن تكون الأسئلة المفتوحة متأخرة فى ترتيب الأسئلة، لأنها تتطلب جهداً فى التفكير واستعادة المعلومات وترتيبها ووضعها فى إجابة، وهذه العملية تستغرق وقتًا أكبر من إجابة الأسئلة المفتوحة أو الأسئلة التى تستهدف التعرف على الآراء والاتجاهات .

ونظراً لأن الأسئلة ذات الحساسية بالنسبة للمبحوث قد تمنعه من الاستمرار فى الإجابة، فإنه يفضل أن تكون متأخرة أيضًا، حتى تدعم الأسئلة السابقة مواصلته فى الإجابة على الأسئلة ذات الحساسية أو المحرجة .

ولذلك يرى الكثير من الخبراء، أن تكون الأسئلة الخاصة بالسمات الأولية أو العامة للفرد فى نهاية الاستقصاء، حتى لا تسبب له حرجًا فى البداية فيرفض الاستجابة إلى الاستقصاء .

وبصفة عامة فإن الترتيب يستهدف أساسًا تيسير الإجابة على المبحوث، وتوفير الوقت والجهد فى البداية، الذى يجعله يسترسل فى الإجابة بعد ذلك، وهذا الأسلوب يشبهه الخبراء بالقمع ويطلقون عليه أسلوب القمع *Funnel Technique* فى ترتيب الإجابة الذى يعنى الانتقال بين الأسئلة فى سهولة ويسر، مع تأخير الأسئلة الصعبة والمحرجة والتى تحتاج إلى تفكير أكثر إلى نهاية الاستمارة .

ويرتبط بنظام الترتيب أيضاً، توزيع الأسئلة فى وحدات يجتمع لها التشابه سواء فى علاقتها بموضوعات الأسئلة، أو بطريقة الإجابة، وبحيث يكون الانتقال بين هذه الوحدات انتقالاً سهلاً لايشعر به المبحوث، ولايعبر عن قفزة تتمثل فى التباعد بين الموضوعات التى تجتمع حولها الأسئلة، أو بين طرق الإجابات .

ويؤثر أيضاً سياق الأسئلة وتجاورها في الحالات التى يبدو فيها تعارض الآراء بحيث نجد تبايناً فى نتائج الاستجابة للسؤالين فى ترتيبين مختلفين مثل :

أن نسأل أولاً - هل تسمح باستقبال كل القنوات الفضائية ؟

ثم بعد ذلك - هل تسمح بوصول البرامج التليفزيونية المصرية إلى كل دول العالم ؟

أو الترتيب عكس هذا الترتيب السابق .

وقد أجريت دراسة مشابهة، حول تأثير سياق وتجاور الأسئلة على الاستجابات ووجد الباحث تبايناً كبيراً بعد تغيير ترتيب الأسئلة بالنسبة لبعضها . ووضعها فى مواقع متباعدة فى الاستمارة (*M.Schuman 83:112-15*) مما يفرض على الباحث ضرورة ملاحظة تجاور الأسئلة وعلاقتها بالسياق، واختيار الأفضل فى ضوء ما يراه الباحث من احتمالات التأثير فى الاستجابة، وعادة ما يكون الخيار بين تقديم وتأخير الأسئلة ذات العلاقة أو تفريقها، أو تجاورها، فى وحدات الاستمارة .

وتظهر أهمية الترتيب فى استخدام ما يسمى بأسئلة التصفية ***Filter*** أو الأسئلة الكاشفة *Screening* ، التى تستخدم فى الحالات التى يحتمل فيها وجود تباين فى الاستجابات، مرتبطاً بتباين فى السمات أو السلوك، يستدعى من الباحث توجيه أسئلة أخرى لاستكمال البيانات الخاصة بكل مجموعة فرعية من المجموعات المتباينة .

ونظراً لأن الباحث يدرك منذ البداية التباين فى المجموعات، وما يتطلبه من استدعاء معلومات أخرى ترتبط بهذا التباين، فإنه يضع فى اعتباره صياغة الأسئلة التى تواجه هذه الاحتمالات، من خلال أسئلة التصفية أو الأسئلة الكاشفة .

ولذلك فإن هذا النوع من الأسئلة يستهدف بداية مواجهة احتمالات التباين فى الاستجابات، وما يرتبط به من التعرف على اتجاهات الفئات المتباينة، أو آرائها التفصيلية، أو الأسباب والدوافع .

ويتم تنظيم الأسئلة فى هذه الحالة على مستويين :

- الأسئلة السابقة أو المتبوعة وهى التى يطلق عليها أسئلة التصفية أو الأسئلة الكاشفة . مثل : هل تقرأ الصحف بانتظام نعم لا

- الأسئلة التابعة، والتى يطلق عليها الأسئلة الاحتمالية لأنها توجه فقط إلى من يحتمل أن تكون استجاباتهم فى اتجاه معين .

مثل: ماهى أهم القصص الإخبارية التى قرأتها فى صحف الأمس ؟

ومن الطبيعى أن يكون السؤال التابع لمن أجاب بـ(نعم) فقط، أما من أجاب بـ(لا) فلا يطلب منه الإجابة على هذا السؤال ويطلب منه الانتقال إلى الأسئلة التالية للسؤال التابع .

ويراعى فى ترتيب هذه الأسئلة أن تكون الأسئلة الاحتمالية تالية لأسئلة التصفية أو الأسئلة الكاشفة، وأن تكون تعليمات الإجابة واضحة للمبحوثين، وهناك طرق عديدة يمكن أن يصممها الباحث، تتفق مع هذا الغرض، ومن الطرق الشائعة الأمثلة التالية :

١- هل تقرأ الصحف بانتظام

نعم (أجب على السؤال رقم٢)

لا (أجب على السؤال رقم٣)

٢- ما هى أهم القصص الإخبارية التى قرأتها فى صحف الأمس ؟

....

....

....

٣- هل تشاهد التليفزيون بانتظام ؟

نعـم

أحيانًا (أجب على السؤال رقم٥)

لا

٥- ماهى الأوقات المفضلة لمشاهدة التليفزيون ؟

- الفترة الصباحية .
- فترة ما بعد العصر .
- الفترة المسائية .
- فترة السهرة .

وقد يتم فصل السؤال أو الأسئلة الاحتمالية فى وحدة خاصة، أو فى شكل مربع أو مستطيل، يفصل بينه وبين الأسئلة العامة للمبحوثين كلهما .

مثل :

هذا السؤال - أو هذه الأسئلة خاصة بالإناث فقط . - ماهى الصحف النسائية التى تفضلينها أكثر ؟ .... - ما الذى يجذب اهتمامك فى برامج المرأة فى التليفزيون ؟ ....

وعندما تتعدد المجموعات الفرعية فى عينة المبحوثين، والتى تظهر من خلال تعدد الاستجابات فى أسئلة التصفية فإنه يجب توضيح تعليمات إجابة الأسئلة الاحتمالية بدقة، أمام الاستجابات الخاصة بها، مثل :

من بين وسائل الإعلام المحلية :

- تقرأ جريدة واحدة بانتظام .
- تقرأ جريدة ومجلة بانتظام .
- تكتفى بالصحف ولاتشاهد التليفزيون (أجب على السؤال رقم٥)
- تكتفى بالتليفزيون ولا تقرأ الصحف (أجب على السؤال رقم ٨)
- تقرأ الصحف وتشاهد التليفزيون (أجب على السؤال رقم١٢)

وبالإضافة إلى الاهتمام بالترتيب، ومراعاته بالنسبة لأسئلة التصفية وأسئلتها التابعة أو الإحتمالية، فإن الباحث قد يرى أن يضيف أسئلة تأكيدية أو ضابطة، أو أسئلة صدق يتأكد من خلالها من مدى صدق استجابات المبحوث على الأسئلة .

وهذه الأسئلة عادة ما تكون ذات علاقة بغيرها من الأسئلة، وإن كان الباحث

لايلتزم بترتيبها معًا فى وحدة واحدة، أو فى ترتيب منتظم .

مثل:(٧) تفضل أن تقرأ فى الجريدة .

- عناوين الأخبار والموضوعات .
- الصفحات الإخبارية .
- القصص الإخبارية .
- المقالات والتحليلات .
- الصفحات المتخصصة .
- أخرى ....تذكر .

(١٤) تفضل أن تقرأ الجريدة

صباحًا ظهرًا مساء فى المنزل

فمن الطبيعى أن من يقرأ المقالات والتحليلات لاتتاح له الفرصة فى الصباح أو أثناء العمل ، ولذلك فإن الاستجابة بما يفيد ذلك تدل على عدم صدق الاستجابات فى هذا السؤال، التى تسمح للباحث باستبعاد الإجابة على السؤال أو استبعاد الاستمارة كلها .

رابعًا :اختبار صدق استمارة الاستقصاء

تستهدف هذه الخطوة التأكد من صلاحية الاستمارة للتطبيق، وتحقيق أهدافها فى جمع البيانات المطلوبة، وهو مايسمى بصدق الاستمارة *Validity*، أى صلاحية الاستمارة فى تحقيق الهدف الذى صممت من أجله (قياس ماهو مطلوب قياسه) .

وهناك ثلاث طرق مكملة لاختبار استمارة الاستقصاء وصدقها ، والتأكد من أنها تقيس ما هو مطلوب قياسه فعلاً، وصلاحيتها لجمع البيانات المطلوبة فعلاً .

(١) مراجعة الأسئلة وصياغتها والإجابات البديلة.

وفى هذا المجال هناك مجموعة من الأسئلة التى يطرحها الباحث لمراجعة الأسئلة، والتى تشير إجاباتها إلى مدى صلاحية الأسئلة والاستقصاء للتطبيق، وهذه الأسئلة تتعلق بمحتوى السؤال، وصياغته، وأشكال الإجابات، وترتيب الأسئلة فى استمارة الاستقصاء، وهذه الأسئلة يضعها الخبراء كمرشد لتصميم استمارة الاستقصاء(*L.H.Kidder 83: 163-78*) .

- بالنسبة لمحتوى السؤال : يطرح الباحث هذه الأسئلة :

* ماهو مدى أهمية السؤال وارتباطه بأهداف الدراسة .

- حاجة موضوع السؤال إلى سؤال منفصل، أو إمكانية إدماجه فى أسئلة أخرى .
- تكرار موضوع السؤال فى أسئلة أخرى .

* هل يحتاج موضوع السؤال إلى عدد أكثر من الأسئلة ؟

- كفاية السؤال للبيانات المطلوبة .
- تقسيم السؤال إلى عدة أسئلة .
- الحاجة إلى أسئلة أخرى لتوضيح الإجابة .

* هل لدى الأفراد المعلومات الضرورية لإجابة هذا السؤال ؟

- إمكانيات الأفراد فى إجابة السؤال .
- احتمالات تجنب الفرد الإجابة على السؤال .
- ارتباط السؤال بخبرة لدى الفرد، أو خبرة قديمة يصعب تذكرها .

* هل يحتاج السؤال إلى زيادة فى الإيضاح أو التحديد ؟

- مدى عمومية السؤال .
- مدى ربط السؤال بخبرات الفرد السابقة .
- مدى تعبير السؤال عن اتجاهات عامة تحتاج إلى تحديد .
- مدى تحيز السؤال، وافتقاره إلى أدوات قياس جديدة .

* هل سيقدم الأفراد المعلومات المطلوبة فعلاً .

- الخجل أو الحرج الذى سببه السؤال المباشر .
- التهوين أو التهويل من الحقائق المطلوبة .

- بالنسبة لصياغة الأسئلة، يوجه الباحث مجموعة من الأسئلة الآتية التى يمكن أن تقيس إجاباتها دقة الصياغة، واتفاقها مع إطار البيانات وأهداف البحث .

* هل يحتمل عدم فهم السؤال .

- مدى سهولة الألفاظ المستخدمة .
- استخدام مصطلحات غير واضحة .
- استخدام جمل قصيرة وبسيطة فى السؤال .

- استخدام الأسئلة المزدوجة التى تحمل أكثر من فكرة .
- احتمالات تغيير معنى السؤال بتغير أحد الألفاظ أو العبارات .
- مدى استخدام التقديرات اللفظية للأوزان : قليلاً .. كثيراً، بدلاً من تحديد أوزان كمية معبرة عنها .

- بالنسبة لشكل الإجابات .

* هل من المفضل بالنسبة لنوع البيانات المطلوبة استخدام الأسئلة المفتوحة أو المغلقة .
* هل تعتبر بدائل الأسئلة المغلقة، كافية، محددة، وغطية ؟

- بالنسبة لترتيب الأسئلة .

* هل هناك تأثير على إجابة أسئلة بمحتوى الأسئلة السابقة .
- هل الأسبق هي أسئلة عامة .
- هل يساعد ترتيب الأسئلة على استدعاء الأفكار بتسلسل واضح .
- هل أصبح السؤال غير مناسب لوجود إجابات سابقة تغنى عنه .
* هل يتفق ترتيب الأسئلة مع طبيعة الترتيب النفسى الصحيح، بحيث يثير اهتمامًا لدى المبحوث إذا ما تقدم أو تأخر عن موقعه .

(٢) عرض استمارة الاستقصاء على عدد من أصحاب الاختصاص، فى موضوع الاستقصاء، وفى مناهج البحث العلمى، وذلك للكشف عما يكون فى تصميم الاستمارة من قصور أو أخطاء علمية، أو منهجية تؤثر فى موضعية الاستقصاء وصدق محتواه وبنائه .

(٣) توزيع عينة أولية من استمارة الاستقصاء على عينة محدودة مشابهة للعينة الرئيسية للكشف عن مدى فهم العينة للأسئلة وطريقتها وأشكالها، وتجاوبها مع أشكال الإجابات وترتيب الأسئلة، والكشف عن الألفاظ الصعبة، أو غير الشائعة، أو ما يظهره هذا الاختبار من صعوبات يمكن تلافيها، عند إعداد صحيفة الاستقصاء فى صورتها الأولية .

خامسًا : الإعداد النهائى لاستمارة الاستقصاء

بعد أن ينتهى الباحث من اختبار وتجريب الاستمارة فى صورتها الأولية،

ويقوم بما يراه من إجراءآت ترتفع بمستوى صدق أو صلاحية الاستمارة لجمع البيانات المستهدفة، يقوم الباحث بعد ذلك بإعداد الاستمارة فى شكلها النهائى .

ويرتبط بالإعداد النهائى لاستمارة الاستقصاء، تصميم الغلاف المناسب الذى يحقق الجاذبية الشكلية، ويثير انتباه المبحوث إلى البيانات الأساسية عن عنوان الاستقصاء والجهة التى تتبناه أو تكفله .

ويبدأ الاستقصاء فى صفحته الأولى ، بإيضاح كامل عن عنوان الاستقصاء، والبحث الذى يرتبط به الاستقصاء وأهميته العلمية والعملية، وأهمية البيانات التى يستهدفها الاستقصاء، وطرق الاستفادة من النتائج .

وكذلك المعايير التى تم على أساسها اختيار المبحوثين، مع الإشارة إلى سرية البيانات أو الإشارة إلى عدم الحاجة إلى كتابة الاسم .

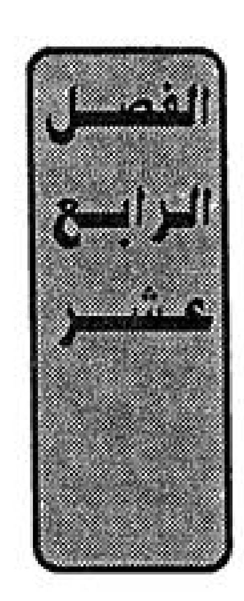
وتخصص الصفحة التالية للتعليمات الموجهة إلى المبحوثين، وشرح مفصل لطرق الاستجابة إلى بدائل الإجابات، وكذلك التعريف بالمفاهيم والمصطلحات التى قد تتضمنها أسئلة الاستقصاء، ثم يلى ذلك الأسئلة مبوبة ومرتبة مراعياً فى ذلك المبادئ الأساسية فى التبويب والترتيب، وتلافى الأخطاء أو القصور الذى كشف عنه اختبار وتجريب الاستمارة .

ويراعى أن تترك مساحات بيضاء فى نهاية الاستقصاء حتى يترك للمبحوث الفرصة لأن يسجل مايراه، ولم تتضمنه الأسئلة، من آراء أو ملاحظات إضافية .

وفى النهاية يوجه الشكر للمبحوث على تعاونه بالاستجابة إلى هذا الاستقصاء وحثه على سرعة الاستجابة وإرسال الاستمارة على العنوان الذى يعاد نشره ثانية فى نهاية الاستمارة، مع توضيح كافة التسهيلات البريدية التى يقدمها الباحث لاسترداد الاستمارة .

ويراعى فى الطباعة اتخاذ كافة الاجراءات الفنية، وتوفير كافة المقومات، التى تساعد على إخراج استمارة الاستقصاء فى شكل يثير إعجاب المبحوث، ويجذب اهتمامه إليه .

ثم يرفق خطاب الاستقصاء - السابق الاشارة إليه - ويرسل إلى المبحوث مع مظروف آخر مكتوب عليه العنوان، وملصق عليه طابع البريد كلما تيسر ذلك .



المقابلة والملاحظة الميدانية

على الرغم من التوسع فى بحوث المسح التى تعتمد على الاستقصاء فى نسبة كبيرة منها، إلا أن هذا الأسلوب فى جمع البيانات لايصلح فى جميع الحالات . وبصفة خاصة عندما تكون هناك حاجة ضرورية للتواصل المباشر مع المبحوثين *Face to Face Communication* سواء بسبب الأمية أو انخفاض مستوى التعليم، أو بسبب الحاجة المنهجية إلى ملاحظة السلوك الفعلى كما يحدث فى الواقع، أو فى الدراسات الخاصة بالطفولة المبكرة .

وفى هذه الحالات تظهر الحاجة إلى استخدام أسلوب المقابلة *Interview*فى جمع البيانات من المبحوثين مباشرة . أو استخدام أسلوب الملاحظة *Observation* لرصد أنماط السلوك الخاص بالعلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام أو تأثيراتها، وتسجيل هذا الرصد فى بطاقات تعد لهذا الغرض،تتضمن وصفا دقيقا لهذه الأنماط السلوكية .

وعلى الرغم من افتراض تصاعد الاهتمام بهذه الأساليب، مع زيادة الاهتمام بالبحوث الخاصة بالطفل وعلاقته بوسائل الإعلام التى ارتفعت بشكل واضح خلال الثمانينات والتسعينات حيث بلغت نسبة البحوث فى هذه الفترة وحدها ٨٩٪ من مجموع البحوث الخاصة بالطفل ووسائل الإعلام منذ الستينات وحتى منتصف التسعينات (السيد بهنسى ٩٤، راجية قنديل ٩٧). على الرغم من ذلك نجد أن معظم هذه الدراسات اعتمدت على الطرق والأساليب غير المباشرة فى وصف العلاقة بين الطفل ووسائل الإعلام، مثل الاستقصاءات مع القائمين بالإتصال أو الأسر

المصرية، أو تحليل محتوى إعلام الطفل لأغراض وصف المحتوى أو الملاحظة غير المباشرة للسلوك . ولذلك ترتفع استخدام الأدوات المذكورة إلى أكثر من ٦٠٪ بينما لاتمثل المقابلة بأكثر من ٩٪ وتكاد تختفى تمامًا الملاحظة الميدانية لوصف سلوك الطفل مع وسائل الإعلام .

ومجال دراسة الطفل، وتقييم الحملات الإعلامية فى الريف وبين الفئات ذات المستويات الإجتماعية المتدنية، هذه المجالات تكون أكثر حاجة لتوظيف وسائل المقابلة والملاحظة الميدانية وأدواتها فى القياس وجمع البيانات لتحقيق الأهداف المنهجية .

المقـــابلــــــة وأنــــواعـــهـــا

يجتمع فى أسلوب المقابلة خصائص نموذج الإتصال المواجهى . فيمكن تعريفه بأنه **تفاعل لفظى منظم بين الباحث والمبحوث أو المبحوثين لتحقيق هدف معين .**

ومن خلال هذا التعريف يمكن أن نحدد خصائص المقابلة فى الدراسات الإعلامية فى الآتى :

- إنها عبارة عن تفاعل لفظى، يسمح للمبحوث بتخطى حدود الإجابة المجردة على أسئلة الباحث، إلى الحرية الكاملة فى الإجابة على الأسئلة بالطريقة التى يراها، والتعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته .
- إنها عبارة عن أسلوب منظم، يقوم على مجموعة من الخطوات والإجراءات العلمية والمنهجية، التى تنظم اللقاء وتدير الحوار، فى إطار الأهداف البحثية لتنظيم المقابلة .
- إنها ليست مجرد حديث أو حوار عادى بين طرفين، ولكنها تهدف إلى تحقيق هدف معين، يرتبط بطبيعة المشكلة أو الظاهرة محل الدراسة، أو طبيعة البيانات، أو خصائص الأفراد المبحوثين .

وترتفع أهمية المقابلة فى دراسة جمهور المتلقين، فى الحالات الآتية، التى توضع إطار الاستخدامات، وكذلك ما تنفرد به المقابلة من مزايا تختلف عن وسائل جمع البيانات الأخرى .

- تسمح المقابلة للباحث بالتعمق فى أغوار المبحوث، لمعرفة أفكاره، وآرائه

ومعتقداته، ودوافعه من خلال الحوار المتصل والمناخ الودي الذى يعكسه نظام المقابلة، وبهذا يمكن أن يتعرف على أبعاد جديدة فى الدراسة لايصل إليها من خلال الأساليب الأخرى، ولذلك يطلق عليها مصطلح «الاستبار» الذى يعنى سبر أغوار المبحوث، أى اختبار وتجريب أعماقه، ولذلك تظهر أهميتها فى الحصول على البيانات الخاصة بالاتجاهات والآراء والمعتقدات والمشاعر أكثر من البيانات الخاصة بالحقائق، حسب التقسيم النوعى للبيانات المطلوبة التى يتم تقسيم محتوى الأسئلة فى إطارها .

- تظهر أهمية المقابلة فى المجتمعات أو الحالات التى تكون فيها نسبة الأمية مرتفعة، حيث لايتطلب أسلوب المقابلة من المبحوث قراءة الأسئلة والاستجابة إلى مافيها، ولكنه يجيب على ما يوجه إليه من أسئلة يلقيها أو يقرأها الباحث .
- قد لايتوفر فى بعض الدراسات القدر الكافى من البيانات أو المعلومات التى تسمح بتحديد المشكلة أو الظاهرة تحديداً دقيقاً، أو الصياغة الدقيقة لفروض الدراسة، أو تحديد إطار البيانات تحديداً دقيقاً، ولذلك فإن المقابلة تسمح بالاقتراب من الظاهرة أو المشكلة ومفردات البحث والتعرف عن قرب على أبعاد جديدة فيها، لاتوفرها الأساليب الأخرى كالاستقصاء فى حالة عدم كفاية البيانات أو المعلومات .
- إن المرونة التى يوفرها أسلوب المقابلة تسمح بالتغلب على الصعوبات العديدة التى تؤدى إلى التحريف فى الإجابات، أو نقص استجابات المبحوثين، التى تظهر فى الاستقصاء، حيث تسمح المقابلة للباحث بشرح الأسئلة الغامضة، وتوضيح معانى الكلمات والألفاظ، والعبارات المستخدمة، واستثارة المبحوث إلى الإجابة على الأسئلة كلها، وعدم إهمال أو إغفال أى أسئلة .

وبذلك ترتفع نسبة الاستجابات إلى الأسئلة، وجمع البيانات المطلوبة .

- ضبط الاستجابات إلى المقابلة، ذلك أن المبحوث سيجيب على الأسئلة بنفسه، خلال وقت المقابلة أثناء الحديث مع الباحث، فيتأكد الباحث أن الإجابات تعبر عن رأى المبحوث الشخصى، حيث لم تترك له الفرصة لاستشارة غيره من الأقارب أو الأصدقاء الذين قد يؤثرون فى رأيه، أو استجابته للأسئلة، كما يحدث فى الاستقصاء البريدى الذى يتم بعيداً عن الباحث .

- يمكن الثقة فى النتائج بدرجة كبيرة ، لأن الباحث يختار العينة التى سوف يقابلها اختياراً دقيقًا، يتفق مع أهداف الدراسة، ويضمن الحصول على البيانات المطلوبة دون تحريف فيها، إذا تم تنظيم وإدارة المقابلة بطريقة سليمة .

وعلى الجانب الآخر نجد أن المقابلة وجها لوجه، تتكلف جهداً ووقتًا ونفقات عالية، لحاجتها إلى أعداد كبيرة من الباحثين المدربين على إدارة المقابلة والحصول على البيانات والمعلومات من خلالها ، ولذلك نجد أن هذا يؤثر فى حجم العينة المختارة من المبحوثين، حيث لايمكن اختيار عدد كبير منهم كما فى أسلوب الاستقصاء، الذى يعتمد على الاستقصاء البريدى ويمكن إرساله إلى عدد كبير من المبحوثين وتغطية مساحات جغرافية كبيرة لاتسمح بها المقابلة .

ويتصدر العيوب أو التحفظات التى تواجهها المقابلة، التحيز الذى يمكن أن تتسم به البيانات والمعلومات نتيجة تأثير الباحث أو القائم بالمقابلة فى توجيهها أو التفسير الشخصى للأحكام والتقديرات التى يدلى بها المبحوث، بالإضافة إلى التحيز الناتج عن اعتقاد المبحوث فى أهمية تقديم ما يرضى الباحث، أو تقديم صورة مختلفة عن الواقع لإحساسه بعدم سرية البيانات أو المعلومات الخاصة به شخصيًا، لأنه أصبح معروفًا لدى الباحث - وهو مايوفر الاستقصاء البريدى - أو الامتناع نتيجة ذلك أيضًا عن الإجابة على الأسئلة الشخصية أو المحرجة، أو التى يعتقد أنها تشكل تهديداً أدبيًا أو معنويًا له .

وهذه العيوب أو التحفظات لاتقلل من أهمية المقابلة، فكل أسلوب له مزاياه وعيوبه، وتظهر أهمية استخدامه بوفرة المزايا التى يحققها الأسلوب متفقة مع أهداف الدراسة وطبيعة البيانات والسمات الخاصة بالمبحوثين .

بالإضافة إلى أن كثيراً من هذه التحفظات يمكن التغلب عليها من خلال تخطيط وتنظيم وإدارة المقابلة التى توفر درجة كبيرة من الثقة فى أهمية البحث والباحث، وأيضًا فى صدق البيانات التى يقدمها المبحوث .

وبصفة عامة فإن هناك عدة معايير تؤثر فى قرار اختيار أسلوب المقابلة كأسلوب لجمع المعلومات أو البيانات، يمكن تلخيصها فى الآتى :

- إذا كانت المقابلة هى الأسلوب الوحيد، أو الأفضل لجمع البيانات، وهذه تتوقف

على رؤية الباحث لأهداف الدراسة، وطبيعة البيانات - كما أسلفنا - التى تؤثر أيضًا فى نوع وشكل الأسئلة، وتتوقف أيضًا على طبيعة المبحوثين وخصائصهم .

- إذا كانت ضرورات البحث تفرض الحاجة إلى بيانات تفصيلية، أو إجابات تفصيلية على الأسئلة، ونسبة عالية من الاستجابات .
- إذا ما توقع الباحث صعوبة فى قراءة المبحوثين للأسئلة، وفهمها وتفسيرها .
- إذا كانت هناك حاجة إلى تأمين صدق الاستجابات، وضمان عدم تأثر المبحوثين بآراء الغير فى الإجابة على الأسئلة .
- إذا كانت هناك حاجة ماسة إلى ملاحظة ردود الأفعال العفوية أو التلقائية، والسلوك غير اللفظى للمبحوثين، الناتج عن الأسئلة وموضوعاتها .

وتعتبر بحوث الصحافة من أنسب المجالات التى يستخدم فيها أسلوب المقابلة، نظراً لحاجة معظم هذه البحوث إلى اللقاء المباشر مع المبحوثين، وارتباط موضوعات المقابلة بالصحيفة التى يجب أن تكون بين يدى المبحوث وقت المقابلة، وما تحتاجه هذه المجالات من شرح وتفسير لطرق الإجابة على الأسئلة . وتحديد الاستجابات التى كثيراً ما تكون على الصحف نفسها ، مثل دراسة يسر القراءة *Readability* التى تستهدف قياس مدى فهم القارئ للمقاطع اللفظية، وقدرته على قراءتها بالسرعة المطلوبة، وكذلك أسلوب التعرف فى قراءة الصحف الذى ابتكره جورج جالوب *G.Gallop* فى الثلاثينات وطوره بعد ذلك . ويعتمد على المقابلة الشخصية مع المبحوثين الذين يتعرضون لنسخة من الصحيفة وسؤالهم عن المقالات التى قرأوها .

وهناك تصنيفات متعددة للمقابلات يضعها الخبراء، تبعًا لطبيعة البحث وأهداف الدراسة، التى تؤثر فى طبيعة البيانات المستهدفة والعينة المختارة .

ونرى أن أقرب التصنيفات التى تتفق مع طبيعة الدراسات الخاصة بجمهور المتلقين، هو التصنيف على أساس الأسلوب المستخدم فى المقابلة، والذى يتم اختياره حسب وظيفة المقابلة، ولا يختلف باختلاف عدد المبحوثين، أو عدد مرات المقابلة أو وقت المقابلة .

١- المقابلة المقننة *Structured Interview*

وهى المقابلات ذات الإجراءات والخطوات والأسئلة المحددة مسبقًا ، والتى

لايسمح فيها للقائم بالمقابلة *Interviewer* بالخروج عن الحدود المرسومة، فالأسئلة تحدد مقدمًا . وتوجه إلى كل مبحوث بنفس الصياغة، والترتيب الموجود فى استمارة المقابلة *Schedule Interview* ، وعادة ما تستخدم فيها الأسئلة ذات النهايات المغلقة، وإذا ما استخدمت الأسئلة ذات النهايات المفتوحة، فتكون لأغراض الاستيضاح أو معرفة الأسباب والدوافع .

٢- المقابلة غير المقننة *Unstructured Interview*

ويتميز هذا النوع من المقابلات بالمرونة فى إدارة المقابلة وتوجيه الأسئلة والحديث، فى إطار الخطوط والأهداف العامة لتنظيم المقابلة، كما يترك الحرية للمبحوث فى التعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته، بحرية كاملة تعكس شخصيته، وتجعلهم لايحسون بمناخ أو قيود المقابلة .

وعادة ما تكون الأسئلة فى المقابلة غير المقننة قليلة، وتوضع لتوجيه الحديث، وإدارة الحوار الذى يستهدف التعمق فى شخصية المبحوث وأفكاره ومعتقداته .

وهذا النوع من المقابلة يحتاج إلى مهارة عالية من الباحث أو القائم بها، فى إدارتها، واستثارة المبحوث إلى الحديث عن الموضوعات المستهدفة، وتكييف الأسئلة والحوار بما يتفق ومناخ المقابلة ، ويطلق عليها **المقابلة غير الموجهة** *Non-Directive* عندما تستهدف معرفة الدوافع والاتجاهات والأفكار والمعتقدات من خلال الحوار والحديث المتصل بين أطراف المقابلة فى جو من الألفة، الذى يتيح للمبحوث الحرية الكاملة فى عرض الملامح التى تعكس الدوافع والاتجاهات والأفكار، ويصل إليها القائم بالمقابلة من خلال هذا الحوار .

وتتخذ شكل **المقابلة البؤرية، أو المركزة *Focused*** ، عندما تركز على خبرة معينة، مر بها الفرد أو الأفراد مثل المقابلات التى تتم بعد عرض فيلم سينمائى أو تليفزيونى، يرتبط بمهارة معينة، أو التعرض لموضوع معين فى الصحف، أو الاستماع إلى برنامج معين كالبرامج التعليمية أو الإرشادية بحيث يقتصر الحديث أو الحوار حول هذا الموضوع فقط، ويكون دور القائم بالمقابلة هو استثارة المبحوث للحديث وتوجيهه نحو الموضوع ، مع ترك الحرية كاملة للمبحوث فى التعبير عن رأيه كاملاً .

وبصفة عامة تستخدم المقابلة غير المقننة فى الدراسات الاستطلاعية،

والدراسات التى تستهدف معرفة الدوافع والاتجاهات والأفكار والمعتقدات حيث تسمح بالتعمق فى شخصية المبحوث، ولكنها تواجه بصعوبة الصياغة الكمية للمعلومات والبيانات . لعدم وجود إطار موحد يتم تصنيف وتبويب المبحوث فى التعبير عن آرائه وأفكاره بطريقته الخاصة .

تنظيم المقابلة

ويقصد بها مجموعة الاجراءات أو الخطوات التى يقوم بها الباحث للإعداد للمقابلة، وتبدأ باختيار المفردات، حتى يتم اللقاء معهم وتسجيل المعلومات المطلوبة، وتشمل :

اختيار عينة المفردات (المبحوثين)

ليس شرطًا أن تكون عينة المفردات هى نفس عينة المنهج المستخدم معه أسلوب المقابلة، كالمسح مثلاً، لأن المقابلة قد تستخدم بجانب وسائل أخرى لجمع البيانات كالاستقصاء البريدى أو التليفونى، أو تستخدم مع نوع معين من عينة المبحوثين، كطبقة أو حصة أو مساحة جغرافية معينة، أو تستخدم لتأكيد صدق بيانات الاستقصاء البريدى، ولذلك فإنه قد يعاد اختيار العينة لهذه الأسباب أو بعضها، بالإضافة إلى أن حجم العينة - كما سبق أن ذكرنا - عادة ما يكون محدوداً مقارنة بالاستقصاء، مما يجعل الباحث يدقق فى اختيار المبحوثين بطريقة تضمن تحقيق أهداف الدراسة، وتمثيل المجتمع رغم صغر حجم العينة المختارة .

وعادة تختار العينات فى أسلوب المقابلة بالطريقة المتعددة المراحل،التى تنتهى إلى عدد من المبحوثين تتوافر فيهم الخصائص التي تتطلبها طبيعة الدراسة والبيانات المستهدفة،والتي تسعى إلي الحصول على أكبر قدر من الاستجابات إلي المقابلة والتى تتأثر إلى حد بعيد بالتباين في بعض السمات العامة مثل السن ومستوى التعليم . (*H.A.Regula, et al 83:405-18*)

تصميم استمارة المقابلة :

لا يختلف تصميم استمارة المقابلة عنها فى الاستقصاء،سوى فى اختلاف طريقة الأسئلة أو عددها، وعادة ما تحتاج استمارة المقابلة إلى الأسئلة المفتوحة، أو الأسئلة الإرشادية العامة التى توجه الحديث أو الحوار، ويترك للقائم بالمقابلة تسجيل الإجابات بما يتفق مع نوع أو شكل الأسئلة .

ويمكن للباحث استخدام المساعدات المرئية داخل الاستمارة أو مع الاستمارة، مثل الصور أو الرسوم التى يتفق استخدامها مع أهداف المقابلة .

وتعتمد استمارة المقابلة فى بنائها على مايسمى **بالأسئلة الاسقاطية** - بجانب الأسئلة المباشرة التى تضمها استمارة الاستقصاء - وهى الأسئلة التى تستهدف استثارة المبحوث إلى الإعلان عن مدركاته حول الاشخاص والموضوعات والأشياء بتأثير المعرفة والخبرة السابقة التى تختلف من فرد إلى آخر . ولذلك فإن الفرد يستجيب إلى الرموز والصور والأشكال التى تضمها هذه الأسئلة بتأثير تفسيره الذاتى لها . فالفرد فى هذه الحالة يسقط رؤيته الذاتية لهذه الرموز أو الصور أو الأشكال أو البناءات المختلفة على الآخرين . ولذلك فإن الاستجابة إلى نفس الرموز قد تختلف من فرد إلى آخره بقدر ما توحى به إلى أى من المبحوثين من مثيرات .

ولذلك فإن هذه الأسئلة تحتاج إلى قدرة ابداعية كبيرة فى صياغتها وإعدادها وتصبح أقل تقنينا من أنواع الأسئلة الأخرى - المباشرة وغير المباشرة - وبالتالى لايمكن التعامل مع الاستجابات احصائيا حيث أنها ترتبط بالموقف النفسى الذى يكون فيه المبحوث وقت المقابلة . (محمد الوفائى ٨٩:٧٣-٧٥)

ومن أشكال الأسئلة الاسقاطيه : اختبارات بقع الحبر ***Inkblots*** التى تترك لكل فرد التعبير عن شكلها بما يتفق مع ماتوحى به إليه .

وكذلك **اختبار الصور والقصة** *Thematic Apperception Test(TAT)* والتى تشير إلى كتابة كل فرد قصة ترتبط بصورة ما بتأثير مدركاته لمكونات هذه الصوره . ونتوقع بالتالى العديد من القصص لصورة واحدة، بتأثير ما يسقطه كل فرد من تفسيرات على الصورة .

بالإضافة إلى أسلوب أو طريقة **العبارات الناقصة** *Sentence Completion Technique* حيث يقوم الفرد باستكمال العبارات الناقصة بكلمة أو أكثر تعكس اتجاهه نحو الموضوع بما يشير إليه بناء العبارة بعد استكماله .

فعبارة مثل : زيادة ساعات الإرسال التليفزيونى ....

تعكس الاتجاه المؤيد إذا ما كان الاستكمال هو : مزيد من المعرفة للمشاهد . بينما يعكس الاتجاه المعارض الاستكمال الذى يرى أنه : هدر للإقتصاد القومى .

ومع الأطفال تعكس **طريقة لعب الأطفال أو استخدام الدمى**، تعكس هذه الطريقة اتجاهات الطفل نحو الموضوع الذى ترمز إليه اللعبة أو الدمية .

وهذه الطرق تستخدم مع المقابلة كما يمكن استخدام طريقة لعب الأطفال أو الدمى مع الملاحظة والمشاهدة، ويصعب استخدامها فى الاستقصاءات لأنها تحتاج بداية إلى استثارة دافعية المبحوث إلى الاستجابة إلى هذه الاشكال من الأسئلة الاسقاطية .

اختيار القائمين بالمقابلة:

نظراً لصعوبة قيام الباحث وحده بمقابلة عدد كبير من المبحوثين يمثلون العينة المختارة . فإنه عادة ما يختار مساعدين له يطلق عليهم القائمين بالمقابلة *Interviewers* الذين يقومون بمقابلة المبحوثين والحصول منهم على البيانات المطلوبة .

ويجب بداية أن يتوفر فى القائم بالمقابلة القدرة على إدارة المقابلة، واستثارة المبحوث للحديث، وتعميق التواصل مع المبحوث، ومهارات تسجيل الإجابات بالطريقة التى يمكن استغلالها علمياً، وذلك بالإضافة إلى بعض الخصائص الأخرى التى تؤثر فى مناخ المقابلة، والمبحوثين، وبالتالى فى الحصول على المعلومات واستخراج النتائج .

ولذلك يعتبر اختيار القائمين بالمقابلة مرحلة هامة من مراحل تنظيم المقابلة، يبدأ بتحديد المواصفات أو الخصائص المطلوبة منهم، وتوفر الدافع إلى التعاون مع الباحث، والحد الأدنى من المهارات البحثية التى تسهم فى نجاح المقابلة .

ويفضل أن يوضع فى الاعتبار عند الاختيار العلاقة بين خصائص القائم بالمقابلة والتوقعات الخاصة بالاستجابة، إليها، ونوعية الاستجابات، حيث يرتفع مستوى التعاون مع القائم بالمقابلة بارتفاع السن مثلاً الذى يعكس خبراته وثقته فى نفسه ومستوى الإقناع أثناء المقابلة، وبالتالى زيادة الاستجابة إليها، بالإضافة إلى أن الاتجاهات المتفائلة أيضاً تساعد فى الحصول على نسبة عالية من هذه الاستجابات، التى ترتفع أيضاً بارتفاع مستوى تعليم القائم بالمقابلة . (*E.Siger., et al., 83:68-83*)

تدريب القائمين بالمقابلة:

لايكفى توافر مجموعة من الخصائص التى ينشدها الباحث، لاختيار القائمين بالمقابلة، مثل الخصائص العامة، أو الدافع إلى التعاون مع الباحث، أو الاهتمام

بالبحث العلمى بصفة عامة، أو المهارات البحثية والاتصالية، ولكن يجب بجانب ذلك الاهتمام بتدريب المختارين منهم للارتفاع بكفاءتهم فى فهم ومعرفة البحث، وأهمية وتنمية الدافع لديهم لبذل الجهد والوقت فى إجراءات المقابلة . (K.R.Tuker., et al., 81: 105-106)

وهناك ثلاثة أهداف رئيسية للتدريب

- إعطاء القائمين بالمقابلة فكرة عامة عن موضوع البحث، والوسائل والأدوات المنهجية للاختبار والقياس، وعلاقتهم بتوفير دقة التطبيقات المختلفة للاختبار والقياس .
- استثارة الدافع لديهم للتعاون مع الباحث أو هيئة البحث .
- اكتساب المهارات الاتصالية مع الآخرين (المبحوثين) .

وبصفة عامة تهدف الدورة التى تعقد للقائمين بالمقابلة إلى اكتسابهم للمعارف والمهارات التى توفر لهم الأمانة والدقة والموضوعية، والاهتمام بموضوع البحث، والاتجاهات المتفائلة، والمهارات الاتصالية، وبصفة خاصة بالنسبة للمتطوعين أو من الطلاب الذين كثيراً ما يستفاد منهم فى المقابلات المختلفة .

وبصفة خاصة، يجب تدريب القائمين بالمقابلة على تطوير المهارات الخاصة بتنمية تعاون المبحوثين، وتوحيد نظم إدارة المقابلات، حتى تتوفر الموضوعية فى إجراءات البحث، وتسجيل الاستجابات، والتمسك بالمبادئ الأخلاقية .

تنظيم التعاون مع الأجهزة المسؤولة :

فنجد فى العديد من الدول أجهزة مسؤولة فى تنظيمها السياسى أو الإدارى تتولى مهام الإشراف على تنظيم وإجراء مثل هذه المقابلات، وذلك مثل أجهزة الحكم المحلى، أو أجهزة التخطيط والاحصاء، أو أقسام البوليس التى يمكن أن تمنح الكثير من التيسيرات لإجراءات البحث ودعمه، وتدعو إلى اطمئنان الأفراد إلى سلامة البحث وأهدافه، والكثير من الدول تدعم هذه البحوث من خلال القرارات والتوصيات المنظمة لهذه البحوث، وتوفر لها الدعم لدى الأجهزة المسؤولة، وتقديم التيسيرات للباحثين والقائمين بالمقابلة ، فى إطار هذه القرارات والتوصيات، وبذلك توفر الجهود التى يبذلها الباحث فى تجاوز الصعوبات الناتجة عن امتناع الأفراد عن

التعاون مع القائمين بالمقابلة لعدم ثقتهم فى البحث وأهميته (*) .

إدارة المقابلة

تعتمد إدارة المقابلة على الإعداد الجيد لها، الذى يشمل التنظيم السليم لإجراءاتها، بما فى ذلك اختيار القائمين بالمقابلة وتدريبهم، والتأكد من استيعابهم للهدف منها، واستعدادهم للإجابة على كل الأسئلة التى يحتمل أن يطرحها المبحوثون مرتبطة بأى موقف من مواقف المقابلة، أو إطار البيانات، وأسئلة الاستمارة، وكذلك ميادين العمل، وإجراء عدد من المقابلات المبدئية أو التمهيدية، للتعرف على مدى ملاءمة الأسلوب وأدواته لأهداف البحث .

وتهدف الإدارة الناجحة للمقابلة إلى هدفين رئيسين :

- بناء المناخ الودى للمقابلة، الذى يشمل كل مايتصل بالمكان والأفراد والأدوات المساعدة التى توفر الثقة، ودعم العلاقة بين القائم بالمقابلة والمبحوث .
- استدعاء المعلومات والبيانات المطلوبة، بدقة وموضوعية .

وتظهر أهمية الهدفين السابقين فى ارتباط أسلوب المقابلة بالحصول على البيانات المتعلقة بالاتجاهات والآراء والأفكار والمشاعر والدوافع، التى يتوقف الحوار حولها على مناخ المقابلة ومستوى الثقة الذى يوفره هذا المناخ بين أطراف المقابلة .

وهناك مجموعة من المبادئ يضعها الخبراء لتهيئة مناخ المقابلة، والحصول على البيانات المستهدفة، فى إطار من التعاون التام خلال فترة المقابلة (*H.Ch.Backstrom & G.Cesar 81:261-65*)

- دراسة الأسئلة جيداً حتى يتم إدراك معانيها، واستيعابها جيداً، حتى يمكن توجيهها فى إطار الحوار، دون قراءتها من الاستمارة .
- التدريب على المقابلة مع بعض الأفراد خارج إطار عينة المبحوثين المستهدفة .

(*) يتولى الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء فى مصر، إضفاء الدعم الرسمى للبحوث والدراسات الخاصة بالأفراد كالاستقصاءات والمقابلات وغيرها، من خلال القرارات الرسمية التى يصدرها بناء على طلب الباحثين والجهات التى تكفل البحث .

- إعادة قراءة تعليمات المقابلة كلما تيسر ذلك بين المقابلات وبعضها، حتى يتأكد القائم بالمقابلة من عدم إغفال بنودها، أو الخطأ فى تطبيقها .
- مراجعة الباحث أو هيئة البحث كلما صادفت المقابلة أى صعوبات يواجهها القائم بالمقابلة .
- يجب ألا ينسى القائم بالمقابلة أنه فى ضيافة المبحوث أثناء المقابلة .
- يجب أن يكون طبيعيًا حتى لايشك المبحوث فى دوافعه .
- يجب تأكيد سرية المقابلة وسرية البيانات حتى يطمئن المبحوث إلى المقابلة .
- استكمال هدف المقابلة فى جلسة واحدة بقدر الإمكان .
- يجب مقابلة الأفراد المستهدفين فقط، وليس أى فرد فى العائلة على سبيل المثال .
- استعمال نفس المقدمة المستخدمة فى استمارة المقابلة دون تغييرها من فرد إلى آخر .
- توجيه الأسئلة بنفس التركيب اللفظى، والترتيب الموجودة به فى الاستمارة .
- تسجيل كل الإجابات فى نفس المكان الصحيح .
- تكرار السؤال لمرة واحدة إذا لم يفهمه، أو اعترض عليه، وبنفس التركيب اللفظى، دون محاولة الشرح والتبسيط، حتى لاتتأثر الإجابة بما يمكن أن يظهر كإيحاء أو تحيز من القائم بالمقابلة نحو إجابة معينة .
- يجب الحرص على توجيه المبحوث إلى السؤال، كلما حاول المبحوث الخروج عن موضوعه، مستخدمًا كافة الأساليب الودية التى لايظهر من خلالها الاستياء أو الرفض لما يقول، ولكن الأفضل تشجيع مايقول ثم توجيه السؤال مرة أخرى .
- دعم التواصل مع المبحوث، وخاصة إذا ما أخطأ المبحوث الإجابة أو تردد فيها، فيجب توجيهه برفق حتى لايشعر المبحوث أن السؤال صعب عليه .
- يجب أن يتوقع القائم بالمقابلة الرفض والاعتراض، وبالتالى فإنه لامانع من تكرار السؤال بطريقة مباشرة وبصفة خاصة فى الأسئلة الخاصة بالدوافع .
- يجب أن يكيف القائم بالمقابلة نفسه مع كل الاحتمالات التى يمكن أن يواجهها فى مكان العمل، أو ظروفه حتى لايسبب حرجًا للمبحوث .

- وفى النهاية يجب التأكد من استكمال الإجابة على كل الأسئلة، واستيفاء البيانات المطلوبة،من خلال المراجعة الفورية للإجابات قبل مغادرة مكان المقابلة .

ويعتبر الاختيار السليم للقائم بالمقابلة، وتدريبه جيداً على المهارات البحثية والاتصالية، هو المبدأ الأساسى فى نجاح المقابلة، على البيانات والمعلومات بالقدر والمستوى المستهدف.

المقابلـــــة الجماعيـــــة

ويطلق عليها أيضًا المناقشة الجماعة أو المقابلة المركزة للجماعة *Focus Growp* . وهى لاتختلف فى تعريفها وأهدافها عن المقابلة الفردية- مع أفراد- إلا فى زيادة عدد المبحوثين الذين يتم إجراء المقابلة معهم فى كل مرة أو فى المرة الواحدة المستهدفة . وما يترتبط بزيادة عدد المبحوثين إلى عدد الجماعة الواحدة من أجراءات منهجية يتصدرها تجهيز قاعات اللقاء ووسائل عرض الموضوعات وتسجيلها وإعداد الجلسة وإدارة الحوار مع أفراد الجماعة .

وهو أسلوب من أساليب جمع البيانات لايستخدم منفرداً نظراً لصغر عدد المبحوثين الذين تتم المقابلة معهم، بما لايصلح لأن يكون مصدرا وحيدا للتفسير أو التعميم .

وتستخدم المقابلة الجماعية فى حالة اتفاق خصائص عينة المبحوثين فى هذه الجماعة، وباعتبار هذه المقابلة أسلوبا متكاملا مع الأساليب الأخرى لتأكيد الصدق المنهجى، أو لاتفاق خصائص البيانات المستهدفة من هذه الجماعة كمصدر أولى لهذه البيانات .

أو تستخدم بوصفها مستوى ثان من مستويات جمع المعلومات فى بحوث المسح عندما لايطمئن الباحث كثيراً إلى نتائج القياس مع الأعداد الكبيرة من المبحوثين فى تصميمات المسح المختلفة .

بالإضافة إلى استخدامها أيضًا فى تصميمات المسح الاستدلالى المختلفة، والدراسات شبه التجريبية التى تعتمد على درجة كبيرة من درجات الصدق المنهجى باعتمادها على الجماعات المقارنة وتركيز المقابلة وجمع البيانات من هذه الجماعات الذين يمكن إجراء المقابلة مع أفرادها فى مجموعات وجلسات متعددة لمزيد من

الدراسة المتعمقة لهذه الجماعات المقارنة أو تستخدم فى دراسات الجزء *Panel* أو العصبه *Cohort*- السابق الإشارة إليها - حيث تفرض هذه الدراسات اختيار جماعات أو عينات صغيرة تجتمع لها خصائص العينة أو المجتمع الأكبر الذى يهدف دراسته .

ويتفق الخبراء على صلاحية هذا الأسلوب لجمع البيانات من مصادرها الأولية، وقلة الجهد والوقت والتكلفة المطلوبة لأنها ترتبط أساسًا بعدد مفردات الجماعة المقابلة، وصلاحيته كأسلوب مرن ومتكامل مع الأساليب الأخرى فى جمع البيانات ويمكن الاستفادة من هذا الأسلوب فى الدراسات التمهيدية أو الدراسات الاستطلاعية . (*R.D.Wimmer & J.R.Dominick 83:100-103*)

ويتحفظون أيضًا على هذا الأسلوب لأنه يميل إلى التعقيد الذى يمكن أن يرتفع مع زيادة أعداد المبحوثين فى المقابلة الواحدة وهذا التعقيد يفرض الميل إلى البيانات الكيفية وليس الكمية . بالإضافة إلى أنه قد يؤدى إلى عدم رضا جماعة المقابلة عن تنظيم المقابلة أو إدارتها أو تقييد حريتهم فى التعبير خصوصًا مع استخدام أجهزة التسجيل .

وبصفة عامة يعتمد نجاح هذا الأسلوب على مهارة القائم بالمقابلة فى إدارة الجلسات والحوار وتسجيل البيانات المستهدفة .

ومتى استخدم هذا الأسلوب فإن الباحث يجب أن يهتم بالاختيار الدقيق للعينة وخصائصها وتحديد الأعداد، ثم إعداد الجلسات وتجهيز المعدات وآلات العرض أو التسجيل . ثم تسجيل البيانات وتحليلها .

ويفضل أن يستخدم هذا الأسلوب متكاملاً مع أساليب أخرى مالم يكن ذلك واضحًا فى مشكلة البحث وأهدافها . وبالتالى يتم تفسير البيانات فى الإطار العام لأهداف البحث وتوظيف الأساليب الأخرى أيضًا .

الملاحظة الميدانية

من الملاحظ فى الدراسات الإعلامية أن هناك غياب كامل لاستخدام الملاحظة الميدانية كأسلوب لجمع البيانات سواء فى مصر أو الخارج .

ولعل ذلك يعود إلى عدة أسباب يتصدرها غياب البحوث التى تستهدف اختبار العلاقات السببية فى الدراسات الإعلامية والتى تعتمد فى كثير من أدواتها على الملاحظة بأنواعها، واكتفاء الدراسات الإعلامية فى معظمها بهدف وصف خصائص جمهور المتلقين وخصائص عمليات التعرض ونتائجها . وهو ما يقتضى تزايد استخدام الاستقصاء والمقابلة وغياب الملاحظة الميدانية التى تستهدف وصف السلوك الفعلى لجمهور المتلقين .

وعلى الرغم مما يحققه أسلوب الملاحظة الميدانية من مزايا، إلا أن الصعوبات المرتبطة بالجهود والنفقات والوقت تقف عائقًا فى سبيل استخدامه بتوسع بصفة عامة، وفى البحوث الأكاديمية بصفة خاصة .

ويعتبر أسلوب الملاحظة أحد الأساليب الأولية لجمع البيانات عن السلوك الانسانى بصفة عامة، والاتصالى بصفة خاصة ويقدم البعد الكيفى فى وصف السلوك، ولاتهتم الملاحظة بالإجابة على الأسئلة من ...؟ وماذا...؟ ولماذا...؟ الذى يمكن أن تجيب عليها أساليب الاستقصاء والمقابلة، وتهتم بالسؤال كيف...؟ فتقدم تفسيراً للظاهرات فى بعدها الكيفى .

ولذلك فإنها تعتبر ضرورة لدعم التفسيرات الخاصة بالآراء والاتجاهات، التى لايكفى فى تحديدها معرفة السلوك اللفظى الذى يستدل عليه من خلال إجابات المبحوثين أو استجاباتهم إلى الأسئلة المعروضة عليهم فى استمارات الاستقصاء أو المقابلة، خاصة وأن هناك اتفاقًا عامًا بين الخبراء على أن السلوك اللفظى لايعبر فى كثير من الحالات عن الاتجاهات أو الآراء الحقيقية، ولكنه يعبر فقط عن الاتجاهات والآراء الظاهرة، التى قد يبديها أو يعلنها المبحوث لأسباب عديدة ترتبط بموضوع الاتجاه أو الرأى، أو أسلوب جمع البيانات، أو طبيعة البيانات المستهدفة .

وتعتمد الملاحظة الميدانية، على مراقبة أو ملاحظة السلوك الفعلى للأفراد، فى المواقف الطبيعية التى ترتبط بأهداف الدراسة .

وهى فى هذا تختلف عن **الملاحظة المعملية** *Laboratory* التى تعتمد على ضبط هذه المواقف والتحكم فيها من قبل الباحث لاختبار العلاقات السببية .

بينما يمكن أن تسهم الملاحظة الميدانية فى المجالات المتعددة للدراسات الاستطلاعية، وجمع البيانات الأولية عن الظاهرة لتحديد مشكلة الدراسة وصياغة

الفروض العلمية، أو في الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف السلوك، أو تفسير العلاقات السببية .

ولايعني اختلاف الملاحظة الميدانية عن المعملية، أنها بسيطة أو غير منظمة أو غير مقننة، لأن التنظيم والمنهجية ضرورة يحتمها الاستخدام العلمي لأساليب وأدوات البحث بصفة عامة، ولكن يكمن الخلاف في مستوى ضبط المواقف أو المفردات التي تخضع للملاحظة .

ذلك أن الملاحظة الميدانية تقوم على ملاحظة سلوك أفراد الجمهور في حالته الطبيعية، بناء على خطة إجرائية منظمة ترتبط بأهداف الدراسة، وتؤدي إلى مستوى من الضبط يرتبط بهذه الأهداف من حيث اختيار فئات الجمهور، أو فئات الوقائع التي تخضع للملاحظة، أو توقيت الملاحظة .

وتختلف طريقة الملاحظة باختلاف مشاركة الباحث وتفاعله مع الأفراد أو المبحوثين في مواقف الملاحظة، فهناك **الملاحظة بدون مشاركة** *Non participant Observation* التي لايكون فيها القائم بالملاحظة *Observer* معروفًا للأفراد المبحوثين *Hidden Observer* ،ولكنه يقوم بملاحظة سلوكهم وتسجيل هذا السلوك، دون أن يكون معروفًا لديهم، وذلك إما مباشرة، أو من خلال أدوات الملاحظة المساعدة مثل آلات التصوير الفوتوغرافي، أو التليفوني، أو الآت تسجيل الصوت والصورة، أو الملاحظة عن بعد من خلال الوسائل الالكترونية .

وبالتالي فإن هذا الأسلوب يفتقد إلى معايشة المبحوثين في مواقفهم الطبيعية، والتفاعل معهم، الذي يمكن أن يضيف أبعاداً جديدة في وصف السلوك وتفسيره .

وهناك حالات عديدة تستخدم فيها الملاحظة بدون مشاركة في دراسة جمهور المتلقين مثل :

- وصف الخصائص الأولية الظاهرة لجمهور وسائل الإعلام، عن طريق رصد فئات هذه الحقائق في المواقف الاتصالية المختلفة، مثل شراء الصحف من الأكشاك أو مراكز التوزيع، أو خلال متابعة المشاهدة أو الاستماع، في النوادي المخصصة لذلك .
- ملاحظة اهتمام وتفضيل المتلقين لمفردات النشر والإذاعة، مثل عناوين الصحف، أو الإعلانات أو المساحات المنشورة الأكثر جذبًا أو اهتمامًا للجمهور، عن طريق آلات تصوير وتسجيل خاصة أو أكثر هذه المفردات جذبًا للمستمعين أو المشاهدين

وهناك أيضاً **الملاحظة بالمشاركة أو المعايشة** *Participant Observation* التى يشترك فيها القائم بالملاحظة مع الأفراد أو المبحوثين فى مواقف الملاحظة ويتفاعل معهم، للوصول إلى تفسيرات صادقة لأسباب السلوك، من خلال معايشة نفس المواقف أو المناقشة وتبادل الآراء .

وقد تكون هذه المشاركة معلنة - ملاحظة بالمشاركة- فيكون القائم بالملاحظة معروفاً *Visible* لدى الأفراد أو المبحوثين الذين يقوم بملاحظة سلوكهم، أو يكون مجهولاً لديهم *Hidden* ، ولكنه يتعايش معهم ويشاركهم نشاطهم ومواقفهم المختلفة .

ويتيح أسلوب الملاحظة بالمشاركة الفرصة كاملة للقائم بالملاحظة لدراسة كافة أبعاد الظاهرة محل الملاحظة، ولكنه على الجانب الآخر قد يتأثر بمواقف الملاحظة وجدانياً وعقلياً، وبالتالى يتحيز إلى مواقف وآراء معينة تفقد الملاحظة موضوعيتها، وتؤثر فى صدق البيانات والنتائج بالتالى، وخاصة عندما تكون المواقف مما يظهر فيها الخلاف فى السلوك أو الخلاف فى الآراء .

وبالإضافة إلى ذلك تظهر احتمالات تحيز المبحوثين أيضاً عند إحساسهم بالملاحظة فسيكون السلوك الذى يعتقدون أنه يرضى القائم بالملاحظة .

ويتوفر للملاحظة الميدانية المزايا الآتية التى تؤكد على أهمية استخدامها فى دراسة الجمهور. (*R.D.Wimmer & J.R.Dominick 83:96-97*)

- أنها تساعد الباحث فى التعرف على المعلومات الضرورية لصياغة الفروض العلمية وعزل المتغيرات المستقلة والتابعة وتحديدها .
- أنها تصلح فى مراقبة السلوك الفعلى الذى لايمكن إخضاعه للوصف الكمى مثل ردود الأفعال غير اللفظية، التى يظهرها المشترون للصحف عند قراءاتهم لعناوين الصفحات الأولى للجرائد، أو ملاحظة ، أو التعرض للصور أو الرسوم فى الصحف .
- تساعد فى دعم الثقة عند الأفراد والجماعات، حيث تساعد هذه الثقة بعد ذلك، على الاستجابة إلى أدوات جمع المعلومات الأخرى كالاستقصاء والمقابلة .
- إذا لم تحتج الدراسة إلى عدد كبير من المبحوثين، فإن الملاحظة لا تعتبر مكلفة، لأنها لاتحتاج سوى أدوات بسيطة لتسجيل المعلومات .
- إنها توفر ملاحظة المواقف فى ظروفها الطبيعية أو التلقائية، التى تسمح للباحث التعرف على كل المتغيرات المجهولة .

وعلى الرغم من ذلك، فإن الملاحظة الميدانية لايتوفر فيها الصدق الخارجي بقدر كبير، نظراً لاحتمالات التحيز الناتج عن اختيار المفردات، أو فترات الملاحظة، أو مكان الملاحظة، التى قد لا تتماثل فى جميع الظروف، بالإضافة إلى ارتباط ثبات الإجراءات، بمدركات الباحث وأحكامه عن الوقائع أو المفردات التى يقوم بملاحظتها، أو تأثره بمواقف الملاحظة، والتى قد تؤدى بالباحث إلى تجاهل أو تحريف المعلومات التى يقوم بتسجيلها، فتؤثر بالتالى فى ثبات وصدق النتائج مما يشير الحاجة إلى جهود كبيرة من الباحث لتوفير الصدق التوافقى أو التلازمى الذى يمكن من خلاله التأكد من صدق البيانات وثبات الإجراءات .

الخطوات المنهجية للملاحظة الميدانية

يستقل كل أسلوب من أساليب جمع البيانات بخطوات منهجية تميزه عن غيره من الأساليب، وتعتبر أهم الخطوات المميزة فى أسلوب ملاحظة الجمهور هى الاقتراب من هذا الجمهور، وتصميم بطاقات الرصد أو بطاقات الملاحظة، واختيار وتدريب القائمين بالملاحظة، ثم عملية الملاحظة الفعلية وتسجيل البيانات المستهدفة.

الاقتراب من ميدان الملاحظة ومفرداتها :

تعتبر هذه الخطوة هى الأساس الذى تقوم عليه الملاحظة واستمرارها، ذلك أن الهدف الأول للباحث يجب أن يكون تأمين استمرار عملية الملاحظة، واكتساب وتأييد المسؤولين عن ميدان الملاحظة، أو الأفراد الذين يقوم بملاحظة سلوكهم فى حالة المشاركة، حتى لايواجه بمقاومة من الأفراد تحول دون استمرارها .

وفى البداية فإنه يجب على الباحث أن يحصل على التصريح بالملاحظة، خصوصاً عند ملاحظة الجماعات الرسمية مثل الطلبة فى المدارس أو العمال فى المصنع ... أو غيرها من المؤسسات والتنظيمات الرسمية أو شبه الرسمية، ويبدأ بالتعريف بموضوع الدراسة، وأهدافها، وأهميتها، وكيفية استخدام النتائج مع الإشارة إلى تأمين وسرية البيانات التى يحصل عليها خلال عملية الملاحظة .

وعادة ما لا يكون الحصول على التصريح بالملاحظة سهلاً، ولكنه يحتاج إلى مثابرة وإصرار، واستخدام مهارات الاتصال والعلاقات العامة، وقد يحتاج فى سبيل ذلك إلى شرح مفصل للخطوات المنهجية للبحث، والفروض التى يقوم باختبارها،

خاصة إذا كانت هناك مقاومة أو اعتراض ضد بعض الأمور التى تبدو ذات حساسية معينة عند الأفراد .

وعندما يبدأ فى المعايشة والمشاركة، فإن القائم بالملاحظة يجب أن يسعى إلى إقامة الود والألفة مع الأفراد ، من البحث عن الاهتمامات المشتركة لهم، ثم البدء فى إقامة العلاقات معهم تدريجيًا والمشاركة فى النشاط العام لهم، مع مراعاة عدم تغيير النظام العادى لهم أو التأثير فيه .

تصميم بطاقة الملاحظة :

يعتمد تصميم بطاقة الملاحظة على طبيعة البيانات السلوكية المستهدفة من الملاحظة، وهى التى تحدد الوقائع المطلوب تسجيلها ، مثل الاستماع، والمشاهدة، أو القراءة، تفضيل عناصر أو مفردات معينة، من خلال الوقت الذى يقضيه فى التعرض، الرغبة والميل والمشاركة فى التعرض، أو العزلة، الميل إلى المناقشة وتبادل الأراء حول موضوع التعرض،ملاحظة الانفعالات أو الإيماءات أو الحركات التى تعكس الرضا أو الاستياء فى موضوع التعرض،مناقشة المعارف والأفكار التى تؤثر فى تكوين الاتجاهات والآراء، ملاحظة مدى التعصب إلى الاتجاهات أو الآراء... وغيرها من الوقائع السلوكية التى يمكن أن يقوم بها الفرد، وتتفق مع طبيعة ونوع البيانات المطلوبة .

وقد يرتبط بتسجيل الوقائع أيضًا تسجيل وقت الوقائع، ووقت حدوثها ونهايتها ، وكذلك المكان إذا كان له علاقة بالوقائع مثل تفضيل التعرض فى النوادي، أو المقاهى، أو أماكن التجمعات ... وغيرها .

وفى تصميم بطاقة الملاحظة يفضل أن يتم تصنيف السلوك المستهدف فى فئات - مهما كان تعددها - تمثل الوقائع المحتملة، حتى يسهل على القائم بالملاحظة تسجيلها بدقة، ويسهل على الباحث بعد ذلك تصنيف وتبويب وتحليل البيانات بدقة أيضًا .

مع ملاحظة أن تقترن الفئات الخاصة بالوقائع السلوكية، بالفئات الخاصة بالتقدير إذا كانت هناك حاجة إلى تسجيله، مثل درجة التعرض، أو درجة الاهتمام بالموضوع، التى يمكن وضعها على مقاييس التقدير *Rating Scales* التى يمكن من خلالها اختيار التقدير اللفظى، أو الكمى المناسب للدرجات أو المستويات التى تحتاج إلى ذلك .

اختيار وتدريب القائمين بالملاحظة :

تعتبر هذه المرحلة على درجة كبيرة من الأهمية نظراً لاعتماد صدق نتائج الملاحظة على مهارة القائمين بها، وعدم تحيزهم فى مرحلة التسجيل، وحاجة الملاحظة - وبصفة خاصة المشاركة - إلى المهارات الاتصالية والعلاقات العامة لكسب ود وتأييد مجتمع الملاحظة لموضوع وعملية الملاحظة، وكذلك حاجتها إلى الألفة مع الأفراد الملاحظين حتى يثقوا فى القائم بالملاحظة ويصبح السلوك طبيعياً . ولذلك فإنه بداية يجب الاهتمام باختيار القائم بالملاحظة من حيث الاستعداد للتكيف مع المواقف أو الجماعات التى سيعايشها، وكذلك القبول الاجتماعى، وتوفر المهارات الاتصالية، والمهارات الخاصة بالعلاقات العامة، حتى يمكن اكتساب الود والألفة مع المجتمع أو الأفراد الذين سيلاحظهم وكذلك توفر الخصائص العامة ذات العلاقة بمستوى الثقة فى الفرد مثل السن، والتعليم، والحالة الاجتماعية، والمهنة أو الوظيفة، وكلها اعتبارات تؤثر فى مستوى الثقة فى القائم بالملاحظة وسرعة بناء العلاقة الودية مع أفراد مجتمع الملاحظة .

ويركز التدريب على التعريف بموضوع الملاحظة، وأهميته، وعلاقته بموضوع الدراسة، والجهة التى تكفل الدراسة أو تدعمها، حتى تكون الأهداف واضحة لديه، وحتى يتمكن من الإجابة على التساؤلات التى توجه إليه أثناء عملية الملاحظة .

ويلى ذلك تدريب الأفراد على تنمية المهارات الاتصالية، والتكيف مع ما يستجد من وقائع أو أحداث أثناء فترة الملاحظة، ومواجهة المواقف بما يتفق وأهدافها .

وكذلك تدريب الأفراد على نوعية البيانات المستهدفة، والوقائع السلوكية التى تعكسها، والفئات التى يتم تصنيف هذه الوقائع فى إطارها، وكذلك طريقة التسجيل، وكيفية توفير سرعة ودقة الملاحظة والتسجيل وتوفير الموضوعية، وتجنب العوامل التى تؤدى إلى تحيز الملاحظة والتسجيل، واستخدام مقاييس التقدير فى حالة حاجة الملاحظة إلى ذلك .

ويتوقف على اختيار القائمين بالملاحظة وتدريبهم قدر كبير من نجاح عملية الملاحظة، وتجنب التحيز، وتوفير الصدق الداخلى، والخارجى، وثبات الإجراءات، التى تعتبر ضرورة لتأكيد صدق وثبات النتائج .

تسجيل البيانات المستهدفة:

تعددت أدوات تسجيل الملاحظة وتطورت بحيث تصل إلى أكبر قدر من الدقة فى تسجيل الوقائع السلوكية، وقد استخدمت أدوات التصوير الفوتوغرافى التى تستهدف تسجيل معالم السلوك وقت حدوث المنبه، وفى غيرها استخدمت الكاميرات التليفزيونية، وغيرها من الأدوات التى تستخدم فى الملاحظة المباشرة، بالإضافة إلى الأدوات والوسائل الميكانيكية والاليكترونية التى تستخدم فى الملاحظة عن بعد لتسجيل تعرض المستمعين أو المشاهدين للراديو أو التليفزيون ومفرداتهم .

وعلى الرغم من هذا التعدد والتطور، يظل التسجيل التحريرى، الذى يعتمد على قدرات ومهارات القائم بالملاحظة فى تسجيل الوقائع السلوكية فى علاقتها بالمنبهات الإعلامية، يظل هو الأساس والأكثر استخداماً فى الملاحظة الميدانية سواء كان من خلال البطاقات المقننة للملاحظة، أو استخدام المذكرات أو المفكرات فى التجسيل .

ولذلك كان الاهتمام البالغ فى اختيار وتدريب القائمين بالملاحظة باعتبارهم الأساس فى تقرير صدق البيانات والإجراءات وثباتها، ذلك أن فشل القائم بالملاحظة فى التسجيل يعنى فشل عملية الملاحظة بالكامل .

وكذلك اهتمام الخبراء والباحثين بالاعتبارات التى ترفع من مستوى دقة التسجيل وموضوعيته، والتى تتمثل فى الآتى:

- عدم تأجيل التسجيل لأى سبب كان، ويجب مراعاة، سرعة التسجيل بحيث يكون أولاً بأول حتى لايؤدى النسيان إلى سقوط كثير من البيانات والمعلومات الضرورية .
- ضرورة الانتباه، والحذر الشديد، وتسجيل الوقائع فى حدود الفئات المطلوبة، دون تقويم مسبق لأهميتها، ويفضل أن يكون التقويم لاحقًا لعملية التسجيل .
- الاهتمام بتسجيل جميع التفاصيل، والتكيف معها بسرعة، مهما كانت غير عادية أو غير مألوفة، وذلك قبل أن تفقد دلالتها بمرور الوقت .
- يجب أن يعى القائم بالملاحظة، أنه لا يسجل ما يحدث فقط، ولكنه يجب أن يهتم بالمشاعر، والانطباعات، والتفسيرات الخاصة بكل مايقوم به وفى هذه الحالة

يجب فصل الآراء الذاتية عن وصف الوقائع بشكل أو بآخر من أشكال التحديد مثل الأقواس أو العلامات الخاصة .

- عرض البيانات على الباحثين والخبراء أصحاب الاختصاص، للاستفادة بآرائهم فى تعديل طريقة الملاحظة والتسجيل، أو ثباتها واستمرارها .
- وبالنسبة لأدوات التسجيل، فإنه يفضل أن يسجل الملاحظات بنفسه بدلاً من إملائها على الغير، ويفضل أيضاً أن يكون تسجيل الملاحظة من نسختين لمواجهة كافة الحاجات إلى نتائج التسجيل، مثل اعتماد الأصل كمرجع، والاعتماد على النسخة الأخرى فى إعادة التنظيم، أو إعادة الكتابة أو التصنيف والتبويب .

ويجب أن يتم تحليل بيانات التسجيل أولاً بأول، حتى يتأكد من شمول التسجيل لكافة جوانب أو زوايا الوقائع المطلوبة، من حيث الحدوث، التوقيتات، الأشخاص، الأقوال، الانطباعات والمشاعر، لأنه قد يرى استبعاد أو إضافة فئات جديدة، تضيف أبعاداً جديدة إلى طبيعة البيانات المطلوبة، يتمكن من تسجيلها قبل انتهاء عملية الملاحظة أو انتهاء المواقف التى تخضع لها، وذلك لتأكيد أكبر قدر من الصدق الداخلى أو الإجرائى .

الملاحظة

عن بعد

هناك العديد من الأسباب التى تحد من الاعتماد على الأساليب السابقة للملاحظة، فى الوصول إلى نتائج دقيقة وسريعة فيما يتعلق ببعض فئات السلوك الاتصالى التى يمكن جمع المعلومات عنها بواسطة هذه الأساليب، ومن هذه الأسباب مايلى :

١- حدود عملية الملاحظة المباشرة بالأعداد القليلة للجماعات أو المجموعات، التى قد لاتتفق مع الأعداد الكبيرة المستهدفة من جمهور المستمعين والمشاهدين، والتى تتسم بالتنوع والتشتت .

٢- السرعة فى الحصول على النتائج التى تفرضها الظروف الإعلامية فى بعض الأحيان، مثل الرغبة فى ملاحظة التجاوب مع موضوعات الحملات الإعلامية أو تقويم هذه الحملات، وتخطيط السياسات وكذلك الحاجات التسويقية والإعلانية، التى تستهدف التعرف المستمر على اتجاهات التعرض وكثافته التى تعكس تفضيل واهتمام جمهور المتلقين .

وهذه الحاجات التسويقية والإعلانية فرضت نفسها كهدف، لمناهج وأساليب البحث فى دراسات جمهور المتلقين منذ أن حاول المعلنون أن يصلوا إلى أكبر عدد ممكن من الناس، وذلك من خلال إيجاد نظام لقياس وتقدير حجم الأفراد الذين يتعرضون للوسائل الإعلامية ومفرداتها ومحتواها .

٣- حدود الأهداف المنهجية للملاحظة غير المباشرة، بتجنب العوامل الخاصة بالتأثير فى سلوك المبحوثين،والتى لاتتفق مع المحددات الأساسية لجمهور المتلقين التى تتمثل فى التنوع والتشتت .

ولذلك كان البحث فى تطويع أسلوب الملاحظة ليسمح بملاحظة أعداد كبيرة من جمهور المتلقين، متباعدة، ومتنوعة، تستهدف الحصول على نتائج سريعة، ودورية، تتفق والحاجات التسويقية والإعلانية، وكذلك الظروف الإعلامية .

ولذلك ظهرت الوسائل الإلكترونية التى تسمح بما يمكن أن تسميها «الملاحظة عن بعد» وذلك نظراً لتباعد المسافات بين الباحث والمبحوثين، وكذلك ضخامة عدد المبحوثين التسبى الذى لايسمح بالملاحظة المباشرة بأنواعها، والحاجة إلى التقويم الفورى للبرامج الهامة .

وقد توسعت استخدامات الوسائل الإلكترونية فى هذا المجال إلى حد بعيد منذ بداية الثمانينات، ففى عام ١٩٨٢ أورد الكتاب السنوى للإذاعة والاتصالات السلكية فى أمريكا *Broadcasting Cable Yearbook* أورد قائمة بما لايقل عن ٨٠ شركة وفرداً يهتمون بطريقة أو أخرى باستخدام هذه الوسائل، ومئات من أساتذة الكليات والجامعات والمواطنين، يقومون بمختلف أنماط البحوث المرتبطة بالوسائل الالكترونية، بالإضافة إلى ما تقوم به الشبكات والمحطات الإذاعية أيضاً فى هذا المجال .

وتقوم فكرة استخدام الوسائل الآلية والالكترونية على توصيل أجهزة الملاحظة، بأجهزة الراديو أو التليفزيون وتوصيل الأولى بمراكز استقبال الإشارات الرمزية الخاصة بتسجيل الفئات النمطية لسلوك المستمعين والمشاهدين، التى يمكن تسجيلها من خلال هذه الأجهزة .

وترتبط فئات السلوك الخاصة بالمستمعين والمشاهدين التى يمكن لهذه الأجهزة ملاحظتها وتسجيلها بحدود الإمكانيات الخاصة بهذه الأجهزة .

ومنذ بداية استخدام هذه الأجهزة فى نهاية الثلاثينات وحتى الآن، لم تتمكن من ملاحظة وتسجيل أكثر من اتجاهات التعرض وتوقيتاته وبالتالى تحديد كثافته، والتى يمكن تفسيرها من خلال ملاحظة تشغيل جهاز الراديو والتليفزيون، على البرامج المختارة من جمهور المستمعين والمشاهدين، والفترة الزمنية للاستماع أو المشاهدة .

ولذلك فإن هذه الأجهزة لايمكن أن تلاحظ سوى التعرض فقط الذى يتمثل فى فتح وغلق جهاز التليفزيون والراديو، وكثافة هذا التعرض الذى يتمثل فى الوقت الذى يستمر فيه الجهاز مفتوحًا على برنامج معين لفترة يتم قياسها .

ومن خلال أجهزة الملاحظة الآلية الالكترونية التى يتم توصيلها بعدد من أجهزة الاستماع أو المشاهدة يمكن الوصول إلى الآتى :

- تقدير حجم جمهور المستمعين أو المشاهدين الذى يفضل محطة معينة، أو برنامجًا معينًا، وهذا التقدير يعتمد عليه المعلنون فى تقدير جدوى استخدام الوسائل أو البرامج الإعلامية فى الإعلان . ذلك أنه كلما زاد حجم جمهور وسيلة معينة أو برنامج معين، كلما أدى ذلك إلى انخفاض تكلفة الإعلان فى هذه الوسيلة، لأن المعلن يتخذ قراراته بناء على تكلفة الإعلان بالنسبة لألف (١٠٠٠) فرد ويتم حسابها بنسبة التكلفة الكلية إلى العدد الكلى للجمهور الذى يستمع أو يشاهد وسيلة أو برنامجًا معينًا .

- تقدير متوسط فترة التعرض، لأنه لايكفى فتح الجهاز للدلالة على التعرض، ولكن لابد أن يستمر الاستماع أو المشاهدة لفترة زمنية تشير إلى الاهتمام بالبرنامج أو موضوعه . ويمكن من خلال تقدير حجم الجمهور، ومتوسط فترات التعرض لبرامج معينة، تقدير مستويات التفضيل والاهتمام بهذه البرامج بالنسبة إلى بعضها البعض .

كما يمكن أيضًا من خلال تقدير متوسط فترة التعرض، التعرف على مدى التجاوب مع البرامج أو الموضوعات الإعلامية، كمدخل إلى تقويم هذه البرامج أو الموضوعات، تقويمًا فوريًا أثناء الإذاعة والعرض أو بعد ذلك بوقت محدد .

- التعرف على الأوقات التى تتميز بكثافة الاستماع أو المشاهدة، خلال الفترات

المختلفة فى اليوم الواحد، وكذلك خلال أيام الأسبوع الذى يتم خلاله الملاحظ بواسطة الوسائل الالكترونية .

وعلى الرغم من الفوائد التى يحققها مثل هذا الاستخدام فى ملاحظة وتقدير سلوك المستمعين والمشاهدين إلا أن هناك عدداً من العيوب أو نقاط الضعف التى تشوب هذا الاستخدام، وتتمثل فى الآتى :

- إن جهاز التسجيل لايمكن أن يسجل سوى فتح *On*، أو غلق *Off* أجهزة الراديو والتليفزيون فقط والذى يتخذ مؤشراً للتعرض، ولكن فتح الجهاز فى حد ذاته لايعنى أن عملية التعرض تتم خلال الفترة بين فتح وغلق الجهاز، لأن ذلك يرتبط بالكثير من العوامل التى تشكل ظروف التعرض، والتى لا يمكن أن يسجلها جهاز الملاحظة والتسجيل .
- عدم إمكانية المشاركة فى تحديد بعض السمات الخاصة بجمهور المستمعين أو المشاهدين، فلا يمكن أن يلاحظ أو يسجل الجهاز من الذى قام بفتح الجهاز من أفراد الأسرة، والاستماع أو المشاهدة وبالتالى تحديد بعض السمات الخاصة بجمهور البرامج المستهدف .
- إن عدم استخدام أجهزة الاستماع أو المشاهدة، قد لايعنى سلوكاً محدداً من جانب الأفراد فى الكثير من الأحيان، ذلك أن عدم الاستخدام قد يكون سببه انقطاع الاستقبال فى الراديو والتليفزيون لأسباب لايعتبر الفرد مسؤولاً عنها .
- ارتباط أجهزة الملاحظة والتسجيل عن بعد، بأجهزة الاستماع والمشاهدة الثابتة فى المنازل، بينما أن التعرض يمكن أن يتم فى نفس الأوقات لنفس البرامج من خلال الأجهزة سهلة الحمل، والأجهزة الترانزستور، والاستخدام خارج المنزل، والتى تتوفر الآن وتتطور بصورة سريعة .
- ويضاف إلى ذلك ارتفاع تكلفة تركيب وتشغيل هذه الأجهزة وصيانتها، التى تكون سبباً فى عدم توسع استخدام مثل هذه الأجهزة فى الكثير من دول العالم .

ونتيجة لهذه العيوب أو أوجه القصور فى هذا النظام للملاحظة والتسجيل، فإن الشركات أو الأجهزة التى تقوم باستخدامه، تستكمل البيانات الخاصة بتقديرات حجم المستمعين والمشاهدين من خلال الوسائل الأخرى المتاحة، مثل المفكرة *Dairy* أو الاتصال التليفونى أثناء البث .



اختبارات الثبات والصدق

يعتبر من ضرورات تصميم المقاييس والأدوات المنهجية أن يتأكد الباحث من أن هذه المقاييس والأدوات صالحة لتحقيق الأهداف التى أعدت من أجلها، وأنها ستنقل بدقة وموضوعية صورة الواقع البحثى والتجريبى أمام الباحث، بحيث يمكن الاعتماد على هذه الصورة في التفسير والتعميم .

ولذلك يقوم الباحث بإجراء عدد من الاختبارات التى تجعله يتأكد من هذه الأمور حتى يطمئن إلى أن المقياس أو الأداة قد تجاوز إلى حد كبير الأخطاء الخاصة بالتصميم والتطبيق التى تؤثر فى صلاحية المقياس أو الأداة ودقتها .

ويكاد يجمع الخبراء والباحثون على صعوبة تجاوز هذه الأخطاء تجاوزا مطلقًا، ولكن الممكن هو تقليل قدر الخطأ بنسبة كبيرة بحيث يطمئن الباحث إلى دقة النتائج والثقة فيها .

ويرى الخبراء أن الخطأ قد يكون أحد نوعين (محمد الوفائى ٨٩:١٠٦-٨) .

النوع الأول : وهو الخطأ العشوائى أو خطأ الصدفة *Rondom/ Chance Error*

وهو خطأ قد يحدث ويتكرر فى مرات عديدة مع تكرار القياس، نتيجة لأسباب متنوعة تحدث بطريق الصدفة أو نتيجة عوامل عارضة غير ثابتة التكرار . ومن مصادر هذا الخطأ مايلى :

- عدم وضوح التعليمات للمبحوثين، فيحدث اختلاف فى استجاباتهم إلى نفس المقياس .

- اختلاف ظروف ومناخ تطبيق المقياس أو الاستجابة إليه أو التقرير الذاتي للمطلوب في الاستقصاء أو المقابلة .
- اختلاف مستويات تدريب الباحثين ومعاونيهم على المقابلة أو الملاحظة ورصد نتائج المقابلة أو الملاحظة .
- اختلاف تفسير الباحثين ومعاونيهم أو المبحوثين لرموز القياس أو الأدوات أو الأسئلة، نتيجة غموضها أو عدم وضوحها .

وغيرها من الأمور التي تجعل القياس غير ثابت، ويمكن أن يختلف من باحث لآخر، أو من وقت لآخر. ولذلك فإن أهم مايتسم به هذا الخطأ هو اختلاف نتائج القياس مع تكراره باختلاف الباحثين أو الوقت أو الظروف ... إلى آخره .

النوع الثاني : وهو الخطأ المنتظم *Systematic* وهو الخطأ القائم في المقياس أو الأدوات ذاتها والذي يتكرر في كل مرة يتم فيها القياس أو توظيف الأداة، ويكون نتيجة لبناء المقياس أو وحداته أو صياغته أو علاقات هذه الوحدات ببعضها، أو علاقتها بالهدف الذي أعدت من أجله . وبالتالي فإن الخطأ سيظل منتظم الحدوث والتكرار مادامت أسبابه أو مصادره موجودة في بناء المقياس أو محتواه. مما يجعل صلاحية المقياس أو الأداة للهدف الذي أعدت من أجله مرهونة بالحد من هذا الخطأ .

والأخطاء العشوائية أو أخطاء الصدفة هي التي تؤثر في ثبات المقياس أو الأداة *Reliability* بمعنى عدم اتساق الإجراءات أو النتائج عند تكرار تطبيق المقياس أو استخدام الأداه مرة أخرى . وتؤثر الأخطاء المنتظمة في مستوى الصدق *Validity* وهو مايشير إلى عدم صلاحية الأداة أو المقياس لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله .

وحتى يمكن للباحث أن يتجاوز هذه المشكلات فإنه يقوم بعدة اختبارات للتأكد من مستوى ثبات وصدق المقاييس والأدوات التي يقوم بتطبيقها أو استخدامها .

اختبارات الثبات

يتم تعريف مفهوم الثبات *Reliability* من خلال مفاهيم أخرى تتفق معه في

المعنى، وهى الإتساق *Consitency* والدقة *Accuracy* والثبات أو الاستقرار *Sta-bility* وهى كلها تشير إلى تعريف إجرائى واحد هو الوصول إلى نفس النتائج بتكرار تطبيق المقياس على نفس الأفراد فى نفس المواقف أو الظروف. وبالتالى فإن كافة الإجراءات يجب أن تتسم بالدقة والاتساق والثبات للوصول إلى ثبات النتائج.

وهذا يعود إلى اختلاف الدرجات الملاحظة أو المشاهدة فى كل مرة يتم فيها تطبيق نفس المقياس فى نفس الظروف عن المرة الأخرى أو عن الدرجة الحقيقية، نتيجة حدوث خطأ من الأخطاء العشوائية السابق الإشارة إليها .

ولذلك يشار إلى العلاقة بين الدرجات الحقيقية والدرجات المشاهدة بالمعادلة الآتية :

الدرجات المشاهدة = الدرجات الحقيقية ± الخطأ

وعندما لايحدث الخطأ - وهو أمر صعب تحقيق عمليًا - فإن الدرجات المشاهدة تساوى الدرجات الحقيقية . وهذا يعنى أن معامل الثبات بين كل من الدرجتين هى واحد صحيح . بينما يمكن أن يقل معامل الثبات عن ذلك بتأثير وجود الخطأ الذى يؤدى إلى اختلاف الدرجات المشاهدة عن الدرجات الحقيقية .

وليس المقصود بالدرجات الحقيقية أنها درجات معيارية، ولكنها يمكن أن تشير إلى درجات التطبيق للمرة الأولى، وبالتالى يتأثر معامل الثبات بين التطبيق للمرة الأولى والثانية بحدوث الخطأ فى المرة الثانية .

وحيث أن كل المقاييس والأدوات وإجراءات القياس أو جمع البيانات يحدث فيها قدرا من الخطأ بشكل أو آخر، فإن جهد الباحث يتجه إلى التقليل بقدر الإمكان من هذا الخطأ حتى يمكن أن يتسم المقياس أو الأداة أو الطرق والأساليب بالثبات الذى يؤدى إلى ثبات النتائج والثقة فيها .

وللتأكد من ثبات المقياس أو الأداة فإن الباحث يختار أسلوبا للاختبار من بين الأساليب أو الاختبارات التالية :

١- طريقة إعادة الاختبار *Test - Retest*

وفى هذا الاختبار يتم إعادة تطبيق المقياس أو الأداة مرة أخرى على نفس العينه من المفردات البشرية بعد مرور فترة زمنية وتقدير قيمة الثبات بين نتائج

الاختبارين . ويعتبر المقياس أو الأداة ثابتة إذا ما كان اختلاف النتائج بسيطا، أو ارتفع معامل الارتباط بين نتائج الاختبارين .

وفى تحليل المحتوى يتم إعادة الاختبار على نفس الوثائق بنفس تعليمات الترميز، ويشير معامل الثبات فى هذه الحالة إلى وضوح تعليمات الترميز والتعريفات الإجرائية، وتقويم مهارات القائمين بالترميز .

ويراعى فى تطبيق هذا الاختبار أن يتم إعادة الاختبار بعد فترة مقبولة لاتقل عن أسبوع حتى يكون المبحوث أو أفراد العينة قد ضعف تذكرهم للاختبار الأول، وكذلك لاتطول بحيث يؤثر التراكم المعرفى للمبحوثين فى زيادة التباين بين نتائج الاختبارين أيضاً .

٢- طريقة التقسيم أو التجزئ النصفى *Split - Half*

تعتمد الطريقة السابقة على مرور الزمن بين إجراء الاختبار وإعادته . وتعتمد طريقة التقسيم النصفى على إجراء الاختبار مرتان فى وقت واحد وتقدير الثبات بينهما . وذلك بتقسيم عينة الاختبار إلى مجموعتين متساويتين بطريقة أو أخرى وإجراء الاختبار على المجموعتين وتقدير قيمة الثبات بينهما، وذلك بإجراء القياس أو توظيف الأداة على المجموعتين وفى وقت واحد، أو تقسيم المقياس أو الأداة، واجراء الاختبار لكل قسم مع كل مجموعة، ثم تقدير الثبات بين نتائج القياس فى المجموعتين .

وفى تحليل محتوى الإعلام يمكن تقسيم عينة الوثائق الخاصة بالاختبار إلى نصفين، ويتم عملية الترميز على كل جزء منهما باتباع نفس أسلوب الترميز والرصد، ويتم مقارنة نتائج الرصد للمجموعتين وتقدير قيمة الثبات .

وفى رأيى أن التباين المحتمل بين الوقائع والأحداث المنشورة أو المسجلة فى وثائق التحليل قد تؤثر بداية فى تقدير قيمة الثبات، ولذلك فإنه يشترط بداية عند إجراء هذا النوع من الاختبار فى تحليل محتوى الإعلام أن يتم ضبط مادة التحليل بحيث تكون متجانسة فى خصائصها بداية قبل بداية الاختبار، حتى لايكون التباين فى نتائج الرصد ناتجا عن التباين فى مادة التحليل وليس عن إعداد أدوات الترميز وإجراءاته .

كما أن تقسيم الأداة أو المقياس إلى نصفين يجب أن يكون مرهونا بالاتساق الداخلى بين وحدات المقياس أو الأداة (فقرات - أسئلة - مثيرات .... إلى آخره) حتى لايكون التباين ناتجا أيضًا عن التباين بين هذه الوحدات .

ولذلك فإنه فى حالة استخدام الاختبار النصفى - بتقسيم المقياس أو الأداه - فإنه يجب أن يحدد مدى الاتساق بين وحدات المقياس أو الأداة حتى يطمئن إلى أن كل الوحدات ذات علاقة بما هو مراد قياسه . ويمكن استخدام الارتباط البسيط فى تقدير معامل الارتباط بين كل وحدة والوحدات الأخرى، لاستبعاد الوحدات ذات الارتباط الضعيف بداية . وفى جميع الأحوال فإن الباحث يجب أن يتأكد بداية من تحديد هذه العلاقات وتقدير الارتباط بين الوحدات وبعضها ، وبينها وبين المقياس ككل للتأكد من الاتساق الداخلى *Internal Consistency* للمقياس أو الأداة .

٣- طريقة الصور والأشكال المتكافئة *Equivalent Forms*

وتعتمد هذه الطريقة على إعداد صورتين أو شكلين متكافئين من القياس أو الأداة، وتجريبهما على نفس المجموعة، مع مرور فترة زمنية بسيطة بين تجريب الشكل الأول والثانى، وحساب قيمة الثبات أو الارتباط بين نتيجة الاختبارين .

وتفترض هذه الطريقة بداية التجانس التام بين صورتى أو شكلى الأداة أو المقياس،فى اختيار المفردات وبناء الوحدات وصياغتها،وطول الصورتين أو الشكلين وارتباط الوحدات ببعضها وبالمقياس كله، وغيرها من مقومات إعداد المقياس أو الأداة وإجراءات تطبيقه وظروف التطبيق . ذلك أن الاختلاف فى هذه المقومات وبعضها سيؤثر بداية فى قيمة الثبات عند الاختبار بعيداً عن الاختبار ذاته .

ولانبالغ إذا قلنا أن تطبيق هذا الاختبار يحتاج إلى جهد ووقت كبير فى إعداد الصور أو الأشكال المتكافئة التى يصعب إعدادها بنفس المستوى فى المحتوى والبناء .

وفى تحليل المحتوى يعتمد الاختبار على إعداد صور أو أشكال متكافئة من مادة التحليل وهذا أمر يصعب تحقيقه . ولذلك طور ستمبل *G.H.Stempl* هذا الأسلوب باقتراح أن يقوم فردان أو أكثر مختلفان بتطبيق أدوات الترميز والتحليل على نفس مادة التحليل وتقدير قيمة الثبات بينهما. وهذا الاقتراح يقترب أكثر من طريقة إعادة الاختبار ويعتبر أنسب طرق اختبار الثبات فى تحليل المحتوى .

تقدير قيمة الثبات

يتسم تقدير قيمة الثبات بأنه تقدير كمى، لأنه يقوم على التعامل مع نتائج رصد سواء كانت لاختبارين أو أكثر، أو قام بالاختبار الواحد باحثان أو أكثر . ويتطلب الأمر لتقدير قيمة الثبات حساب معامل الارتباط بين النتائج الذى يعكس مستوى ثبات المقياس أو الأداة أو اجراءات القياس وأسلوب توظيف الأداة .

ولذلك فإنه مهما تعددت الطرق الإحصائية لتقدير قيمة الثبات، فإنه يمكن تطبيق أى منها مع أى طريقة من طرق الاختبار، لأن طرق تقدير قيمة الثبات فى النهاية هى ترجمة احصائية للارتباط البسيط بين متغيرين، الذى يعتمد على الدرجات الخام الناتجة عن الاختبارين ومربعات هذه الدرجات كالآتى :

$$ر = \frac{ن\ مجـ\ س \times ص - مجـ\ س \times مجـ\ ص}{\sqrt{(ن\ مجـ\ س^{٢} - (مجـ\ س)^{٢})\ (ن\ مجـ\ ص^{٢} - (مجـ\ ص)^{٢})}}$$

وترمز س إلى درجات الاختبار الأول *Test*

ص إلى درجات إعادة الاختبار *Retest*

وتشير (ر) إلى معامل الارتباط الذى يطلق عليه فى هذه الحالة معامل الاستقرار *Coefficient of Stability* الذى يشير إلى الثبات بمرور الزمن، أى بتكرار الاختبار بعد مرور فترة معينة من الزمن .

ويمكن أيضًا حساب معامل الثبات باستخدام معامل الارتباط الترتيبى (سبيرمان) بين الاستجابات إلى الاختبارين ، وترتيبها وحساب درجات ف، ف٢ وتقدير معامل الارتباط من خلال المعادلة التالية :

$$ى = ١ - \frac{٦\ (مجـ\ ف^{٢})}{ن\ (ن^{٢} - ١)}$$

واستخدام أى من المعاملين السابقين يمكن توظيفه مع المقاييس الاسمية أو الترتيب حسب استخدام أنواعها فى القياس أو جمع المعلومات .

ومن المعادلات القائمة فى تقدير قيمة الثبات فى اختبار التقسيم النصفى أو

التجزئة النصفيه *Split-Half* هى معادلة جوتمان *Guttman* المعمول بها منذ الأربعينات والتى لاتفترض بداية تساوى التباين فى جزئى أو قسمى الاختبار، حيث يقوم على بناء العلاقة بين تقديرات التباين فى النصفين والتباين فى المقياس أو الأداة كلها .

$$\text{معامل الثبات} = ٢ \left[١ - \frac{ع^٢_أ + ع^٢_ب}{ع^٢_{أب}} \right]$$

حيث ع أ هى مربع الإنحرافات فى النصف أ

ع ب هى مربع الانحرافات فى النصف ب

ع أب هى مربع الإنحرافات فى كل الاختبار

أما اختبارات الصور المتكافئة فيمكن استخدام معامل الثبات بين تطبيق المقياسين بنفس معامل الارتباط لبيرسون أو سبيرمان ويطلق عليها فى هذه الحالة بمعامل التكافؤ *Equivalence Coefficient* ، وإن كان من صعوبات هذا الاختبار كما سبق أن أوضحنا هو تصميم صور أو أشكال متكافئة للمقاييس أو الأداوت يتم تطبيقها فى ظروف وأزمنة متكافئة أيضًا . وهو أمر صعب تحقيقه بنسبة عالية .

وبالإضافة إلى المعادلات السابقة هناك معادلة عامة تصلح للاستخدام مع أية طريقة من طرق تقدير الثبات السابق ذكرها تصلح للاستخدام مع أية طريقة من طرق تقدير الثبات السابق ذكرها ويقترحها على ماهر خطاب فى كتابه (على ماهر ٢٠٠٠: ٢١٦-٢١٧) .

والصيغة الرياضية لهذه المعادلة على النحو التالى :

$$\text{معامل الثبات} = \left[١ - \frac{١}{٢} \left(\frac{\text{تباين الخطأ}}{\text{التباين المشاهد}} \right) \right]$$

أى أن :

$$\text{معامل الثبات} = \left[١ - \frac{١}{٢} \left(\frac{ع^٢_خ}{ع^٢_م} \right) \right]$$

حيث ترمز :

($ع^2_خ$) إلى تباين الخطأ .

($ع^2_م$) إلى التباين المشاهد .

ولتقدير تباين الخطأ تستخدم المعادلة الآتية :

$$ع^2_خ = \frac{1}{ن^2} \left[ن \text{ مجـ } ف^2 - (\text{مجـ } ف)^2 \right]$$

حيث ترمز :

(ن) إلى عدد أفراد العينة التى طبق عليها الاختبار

(ف) إلى الفرق بين درجات الأفراد فى التطبيق الأول والثانى للاختبار أو الفرق بين درجات الأفراد على الصورتين المتكافئتين للاختبار، أو بين الدرجات الفردية والزوجية للأفراد على الاختبار .

($ف^2$) إلى مربع الفرق بين درجات الأفراد فى الحالات السابقة .

ولتقدير التباين المشاهد تستخدم المعادلة الآتية :

$$ع^2_خ = \frac{1}{ن^2} \left[ن \text{ مجـ } س^2 - (\text{مجـ } س)^2 \right]$$

حيث ترمز :

($ع^2_م$) إلى التباين المشاهد لدرجات الأفراد فى التطبيقين الأول أو الثانى، أو التباين المشاهد لدرجات الأفراد على إحدى الصور المتكافئة للاختبار،أو التباين المشاهد لدرجات الأفراد على المفردات الفردية للاختبار أو الزوجية

(س) إلى الدرجة الخام .

تقدير قيمة الثبات فى تحليل المحتوى

يتفق خبراء تحليل محتوى الإعلام على أن أنسب اختبارات ثبات التحليل هى التى تتم بطريقة إعادة الاختبار، أو تعدد المحكمين أو القائمين بالاختبار . ويفضل فى هذه الحالة تعدد الاختبارات بواسطة محكمين أثنين على الأقل على نفس مادة التحليل بنفس تعليمات الترميز وقواعده . ويتم تقدير ثبات الترميز فى البداية أو

نتائج التحليل فى النهاية بواسطة تقدير حدود الاتفاق بين المحكمين على دقة الترميز وموضوعية (ثبات الترميز) من خلال تطبيق المعادلات التالية التى يراها خبراء تحليل المحتوى .

بينما نجد أن واين دانيلسون *W.Danilson* ينسب الاتفاق بين المحكمين إلى العدد الأكبر لمادة التحليل (*R.O.Nofzigar & D.M.White 72:190-91*) . نجد أن هولستى (*O.R.Holesti 69:136-42*) ينسب الاتفاق بين المحكمين إلى مجموع مواد التحليل التى قام المحكمون بتحليلها لأغراض الاختبار .

فيقدر دانيلسون معامل الثبات *Cofficient Reliability* بحساب النسبة المئوية للاتفاق نتيجة نسبة عدد الوحدات التى يتفق المحكمان عليها إلى العدد الكلى لمادة التحليل . فإذا ما قام المحكم أ بتحليل ٤٠٠ موضوعاً والمحكم ٤٢٠ موضوعا واتفقا الاثنان على أن نسبة الموضوعات المؤيدة ٣٦٠

$$\text{فإن معامل الثبات} = \frac{٣٦٠}{٤٢٠} \times ١٠٠ = ٨٥,٧ \%$$

ويقدم هولستى أكثر من معادلة لحساب الثبات تستخدم مع تعدد المحكمين ففى حالة قيام محكمين اثنين باختبار الثبات تكون المعادلة كالآتى :

$$\text{معامل الثبات} = \frac{٢\ م}{ن_١ + ن_٢}$$

حيث م عدد الحالات المتفق عليها

$ن_١$ عدد الحالات التى قام بترميزها المحكم رقم (١)

$ن_٢$ عدد الحالات التى قام بترميزها المحكم رقم (٢)

أما فى حالة تعدد المحكمين تكون المعدلة كالآتى :

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{ن (متوسط الاتفاق بين المحكمين)}}{\text{١ + (ن - ١) متوسط الاتفاق بين المحكمين}}$$

حيث ن = عدد المحكمين

فإذا كانت نسبة الاتفاق بين أربعة محكمين كالآتى :

	أ	ب	جـ	د
أ		٦٤ر	٧٠ر	٧١ر
ب			٦٩ر	٦٦ر
جـ				٦٨ر
د				

متوسط الاتفاق بين المحكمين = (٦٤ر + ٧٠ر + ٦٩ + ٧١ر + ٦٦ر + ٦٨ر) ÷ ٦

= ٦٨ر

معامل الثبات = (٤ × ٦٨ر) ÷ (١ + (٤-١) ٦٨ر)

= ٢,٧٢ ÷ (١ + ٢,٠٤) = ٢,٧٢ ÷ ٣,٠٤ = ٩٠ر

ويؤخذ على المعادلات السابقة أن الاتفاق بين المحكمين قد يتم بتأثير الصدفة فى حساب النتائج للتكرارات، خصوصاً أن هذه المعادلات تغفل تعدد الفئات فى الموضوع الواحد مثل تحديد الاتجاهات .

فقد يتفق المحكمان على أن عدد وحدات التحليل المؤيدة هى ٥٠ وحدة على سبيل المثال فى الوثائق أ، ب . فى الوقت الذى يختلفان فيه فى عدد هذه الوحدات فى كل وثيقة فقد تكون عند المحكم الأول ٣٠أ، ٢٠ب بينما لدى المحكم الثانى هى ٢٠أ، ٣٠ب . ولذلك فإن الاتفاق فى هذه الحالة يكون زائفاً . فعلى الرغم من الاتفاق بشكل عام إلا أن هناك اختلافا فى التفاصيل. ولذلك تم تطوير المعادلة السابقة بتقدير الاتفاق المتوقع الذى يضع فى اعتباره نسبة التكرار فى كل فئة من فئات التحليل وليس مجموع التكرارات فقط، وهى الصيغة التى وضعها سكوت فى عام ١٩٥٥ W.scott (*R.D.Wimmer & J.R.Dominick 83:154*) .

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{نسبة الاتفاق الملاحظ} - \text{نسبة الاتفاق المتوقع}}{١ - \text{نسبة الاتفاق المتوقع}}$$

فإذا كان عدد الوحدات التى تم ترميزها ٢٤ وحدة ، وعدد الوحدات المتفق عليها ١٤ وحدة .

$$\text{فإن الاتفاق الملاحظ} = \frac{٢ \times ١٤}{٢٤ + ٢٤} = ٥٨ر$$

وإذا ما افترضنا أن عدد الوحدات التى تم ترميزها موزعة على موضوعين من موضوعات الاتجاه كالآتى :

	مؤيد	معارض	
موضوع أ	١٠	٣	= ١٣
موضوع ب	٣	٨	= ١١
			٢٤

$$\text{تكون نسبة تكرار كل فئة} \left(\frac{\text{تكرار الفئة}}{\text{مجموع تكرار الفئات}} \right) \text{كالآتى}$$

أ	٤٢ر	١٣ر
ب	١٣ر	٣٣ر

$$\text{وتكون نسبة الاتفاق المتوقع} = \frac{\text{مجموع مربع نسبة التكرارات}}{\text{مجموع نسبة التكرارات}}$$

$$= \frac{(٤٢ر)^2 + (١٣ر)^2 + (١٣ر)^2 + (٣٣ر)^2}{٤٢ر + ١٣ر + ١٣ر + ٣٣ر}$$

= ٣٢ر

ونسبة الاتفاق الملاحظ = ٥٨ر

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{نسبة الاتفاق الملاحظ} - \text{نسبة الاتفاق المتوقع}}{1 - \text{نسبة الاتفاق المتوقع}}$$

$$= \frac{٫٥٨ - ٫٣٢}{1 - ٫٣٢} = ٫٣٨$$

وبالإضافة إلى ذلك هناك العديد من الصيغ الرياضية التى قدمها آخرون، ويمكن أن يجتهد الباحث فى بناء العلاقة الارتباطية أو الاتفاق بين النتائج الكمية لاختبارات الثبات .

قبول معامل الثبات وتفسيره

يجب أن يضع الباحث فى اعتباره بداية أن تصميم المقاييس والأدوات، وتصميم عملية الترميز وجمع المعلومات عندما تتم لأغراض تحقيق أهداف الدراسة، فإنها يجب أن تتسم بالدقة والموضوعية بما يشير إلى مستوى عالٍ من الثقة فيما تحققه من أهداف، ولذلك يجب أن يزيد من اهتمامه بكافة العوامل التى تؤثر فى ثبات المقاييس والأدوات وعمليات القياس وجمع المعلومات والتى يتصدرها وضوح التعليمات وتدريب الباحثين والتأكد من ثبات وحدات المقياس أو الأداة أو وحدات الترميز ..... وغيرها من العوامل السابق الإشارة إليها فى بناء المقاييس وإعداد أدوات جمع المعلومات .

ولذلك فإنه يجب بقدر الإمكان أن تشير نتائج اختبارات الثبات إلى الاتفاق التقريبى بين الدرجات المشاهدة والدرجات الحقيقة،بالشكل الذى يقلل بقدر الإمكان من احتمالات الخطأ العشوائى الذى تتسبب فيه العوامل السابق ذكرها. ويفسر معامل الثبات الفروق الناتجة عن هذه الأخطاء.فإذا كان معامل الثبات ٫٨٥ فإن هذا يعنى أن٨٥٪من الدرجات المشاهدة تعود إلى الدرجات الحقيقية وأن١٥٪ تعدد إلى أخطاء بناء المقياس أو الأداة أو عملية القياس أو جمع المعلومات نفسها

وطبيعى أن يتم التعبير عن هذه النسب بالتباين بين درجات الأفراد فى الاختبار أو مربع الإنحرافات الخاصة بكل من الدرجات الحقيقية أو المشاهدة . أو لكل من الاختبارين فى اختبار الإعادة أو التجزئ النصفى .

وليس هناك اتفاق حتى الآن لمستوى معامل الثبات الذى يمكن قبوله وإن كنا ننصح بأن يبذل الباحث جهده فى ألا يقل عن ٠٫٩٠ حتى يطمئن إلى مستوى الثقة فى النتائج وقد اعتبر كل من كابلان وجولدسون فى تحليل المحتوى أن نسبة الاتفاق التى تصل إلى ٩٠٪ تعتبر مستوى عال من الثبات بينما لاتعتبر ٧٥٪ نسبة مرضية يمكن الإعتماد عليها .

وبالإضافة إلى أن شرط الثبات هو مطلب منهجى للتأكد من مستوى الدقة فى تصميم المقاييس والاختبارات والأدوات وإجراءات العمل بها ، فإنه يعتبر فى نفس الوقت ضرورة لتحقيق مطلب الصدق . وأن مايبذله الباحث من جهد ووقت لتحقيق ثبات المقاييس والأدوات والإجراءات سوف يوفر كثيراً فى تحقيق مطلب الصدق .

تعريف الصدق وأنواعه

كما سبق أن أوضحنا يؤثر الخطأ المنتظم الذى يتكرر فى كل مرة يتم فيها القياس أو استخدام الأدوات نتيجة وجود خطأ فى بناء المقياس أو محتواه، يؤثر فى صلاحية قياس ماهو مراد قياسه، أى يؤثر هذا الخطأ فى تحقيق الهدف الذى أعد من أجله المقياس أو آداة جمع البيانات .

ولذلك يتسم المقياس أو الأداة بالصدق *Validity* متى كان صالحا لتحقيق الهدف الذى أعد من أجله . وهذا هو تعريف الصدق الذى اتفق عليه الخبراء .

وارتباط صدق المقياس أو الأداة بالهدف الذى أعد من أجله، يجعله نسبياً ، فالمقياس أو الأداة يتسم بالصدق بالنسبة لهدف محدد بذاته وبالتالى فإن صدق المقياس أو الأداة لايعنى صلاحيته للاستخدام فى كل الظروف والمستويات المنهجية للتطبيق والتجريب .

ومتى كان المقياس صادقًا - صحيحًا - وصالحًا لتحقيق الهدف الذى أعد من أجله فإنه يعنى أيضًا أنه ثابت *Reliable* ويتسم بالدقة أيضًا ، لأنه لن يصلح للقياس مالم يكن دقيقًا ، ولذلك فإن مفهوم الصدق يعنى الثبات فى نفس الوقت . بينما لايعنى الثبات مفهوم الصدق، لأن الدقة والموضوعية لاتكفى فى ذاتها مالم يرتبط التطبيق بالهدف الذى أعد من أجله وهو مفهوم الصدق .

وتظهر أهمية الصدق فى أنه المطلب الأساسى للتعميم على المجتمعات الأصلية، أو الحالات والمجتمعات المشابهة . بينما يقف دور الثبات عند حدود الثقة فى النتائج الخاصة بالبحث ذاته . والتعميم من خلال النتائج لايتم مالم تكن المقاييس والأدوات صادقة أو صحيحة .

ومن الأمثلة على ذلك أن دراسة أخبار الجريمة قد تشير إلى ارتفاع تكرار النشر عنها، وهذه النتيجة تعتبر ثابتة ومقبولة بالنسبة لوصف أخبار الجريمة فى الصحف وعينة المصادر منها . ولكن عندما يتم الاستشهاد بهذه النتائج عن ارتفاع معدل الجريمة فى المجتمع فإن الأمر يتطلب إجراء اختبارات الصدق من خلال المقارنة مع معايير أخرى خارجية حتى يمكن وصف هذه النتائج بالصدق والتعميم من خلالها على المجتمع الكل .

ويتفق الخبراء على أنواع الصدق التى يجب أن تتوفر فى المقياس أو الأداة، من خلال التعريف بالمفهوم وأهميته كالآتى :

أولاً : الصدق الظاهرى *Face Validity*

وهو الذى يعبر عن اتفاق المحكمين أو المبحوثين على أن المقياس أو الأداة صالحة فعلاً لتحقيق الهدف الذى أعدت من أجله،ويطلق عليه الصدق الظاهرى،نظراً لأنه يقوم على رؤية المحكمين أو المبحوثين للصلاحية بشكل عام . ويكون السؤال المطروح فى هذه الحالة حول مدى صلاحية المقياس ككل أو الأداة لتحقيق الهدف الذى أعدت من أجله وقد يتفق المحكمون أو يختلفون فى بعض الجوانب الخاصة بالمحتوى أو البناء فى علاقته بالهدف من القياس . ويجب أن يكون المحكمون فى هذه الحالة من أصحاب الاختصاص فى التخصص العلمى ومناهج البحث وأدواته، حتى لايصبح الحكم وإجراء التعديلات مرهونا بالرؤى الذاتية لهؤلاء المحكمين .

وفى هذه الحالة فإنه يمكن تقدير صدق المقياس أو الأداة بتقدير حدود الاتفاق بين هؤلاء المحكمين، فإذا ما اتفق المحكمون كان المقياس صادقا بنسبة هذا الاتفاق . مع مراعاة إعادة النظر فى الملاحظات التى يبديها المحكمون حول بعض التعديلات فى بناء المقياس أو الأداة ومحتواه .

أما المبحوثون فقد تختلف استجاباتهم حول بعض الأسئلة أو المثيرات، أو اغفالها، وهو ما يعكس عدم إدراكهم لها . ولذلك يجب أن تراعى هذه الاختلافات

وتقديرها فى إطار الحدود المقبولة للصدق الظاهر للمقياس أو الأداة .

ولذلك فإن الصدق الظاهري يهتم بجانبين فرعين من جوانب صدق المقاييس والأدوات وهما محتوى المقاييس والأدوات *Content* وبنائها *Construction* . ويمثلان نوعان آخران من أنواع الصدق : صدق المحتوى وصدق البناء .

ثانيًا : صدق المحتوى *Content Validity*

ويهتم هذا النوع من أنواع الصدق بمحتوى المقاييس أو الأدوات ومدى اتفاق هذا المحتوى مع الهدف الذى أعد من أجله هذا المقياس . فإذا كان المقياس قد تم إعداده لقياس الرضا الوظيفى للقائم بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية على سبيل المثال، فإنه يكون غريبًا أن يضم المحتوى عبارات حول النشأة والعلاقات الإجتماعية الخارجية . أو تكون العبارات الخاصة بالرضا عن مجالات عمل القائم بالإتصال غير كافية .

ولذلك فإن ملاحظات المحكمين أو المبحوثين تدور حول غياب عبارات معينه أو عدم كفاية عبارات أخرى .... وهكذا .

وهذا يتطلب بداية المعرفة العلمية بالمجال العام لموضوع القياس *Universe of Content* ، والمجالات الفرعية التى يمكن أن يضمها محتوى المقياس أو الأداة . بحيث يراعى عدم إغفال هذه المجالات الفرعية *Items* وتقدير أوزانها حسب موقعها من المجال العام لموضوع القياس . وفى المثال السابق لانغفل العبارات التى تقيس رضا القائم بالاتصال العائد المادى والذى يمكن أن يكون له مجالات فرعية متعددة مثل الراتب والعلاوات والحوافز والمكافآت والمشاركة فى الأرباح .... إلى آخره وهذه كلها ترتفع بالوزن النسبى للعائد المادى مقارنة بالمجال الخاص بالإجازات على سبيل المثال .

وفى تحليل المحتوى يهتم الباحث بعملية الترميز واختيار فئات التحليل الخاصة بالموضوع بحيث تعكس الفكرة أو الهدف بالضبط وتتميز بالشمول والاستقلال والكفاية حتى لاتتأثر النتائج بالاختيار غير الصحيح لفئات التحليل . فعلى سبيل المثال تعتبر العلاقات الدبلوماسية والاقتصادية الطيبة، والتصريحات الإيجابية للقادة مؤشرات دالة على الاتجاه الإيجابى بين دولتين، فإذا أشارت النتائج إلى غير ذلك كان ذلك دليلاً على عدم صدق أداة التحليل أو الإجراءات الخاصة بالتحليل .

وفى هذه الحالة يطرح مارشال (S.Marchall 60:218) سؤالين يجيب عليهما الباحث للتقرير بصدق آداة التحليل :

السؤال الأول : هل آداة القياس تقيس ماهو مراد قياسه فعلاً؟ وهذا السؤال ينقسم إلى قسمين :

- هل تم التحكيم على البناء المنهجى بواسطة محكمين خارجين ؟
- مدى اتفاق الفئات كمصطلحات منهجية مع المصطلحات المستخدمة فى وثائق التحليل، وهو مايعكس صدق المحتوى .

والسؤال الثانى : يدور حول كفاية العينة للوصول إلى نتائج ثابتة، حيث تشمل العينة كل أو معظم المدخلات المرتبطة ببناء الفئات .

بالإضافة إلى التأكد من مدى ثبات عملية الترميز واتفاق نتائج القائمين بالترميز المستقلين مع نتائج الدراسة .

ومن خلال الإجابة على هذه الأسئلة، يتم تحديد الثغرات فى الإجراءات المنهجية التى أدت إلى عدم صحة النتائج .

ويمثل صدق المحتوى وصدق البناء أساسا هاما للتأكد من صدق الآداة أو المقياس كما طرحه مارشال من خلال الأسئلة السابقة .

ثالثًا : صدق البناء *Construct Validity*

ويطلق عليه الصدق النظرى أو صدق التكوين الفرضى،ويرتبط هذا النوع بإدراك الباحث للأطر النظرية والفرضية لبناء المقياس أو الآداة والذى ينعكس فى صياغة المشكلة العلمية،وصياغة الأهداف والمتغيرات والعلاقات الفرضية،والتى تؤثر بالتالى فى تحديد وحدات أو مفردات المقياس أو الآداة ومدى اتفاقها مع الأطر النظرية والفرضية، واتفاقها مع بعضها وكذلك مع الإطار العام لبناء المقياس أو الآداة .

ويرتبط توافر صدق البناء بمدى إدراك الباحث للإطار النظرى لمشكلة البحث ومهارات بناء الإجراءات بكل تفاصيلها، وصياغة العلاقات بينها وبين النتائج المستهدفة فى نفس الوقت .

ويستخدم فى تقدير صدق البناء تقريبًا الاختبارات الخاصة بصدق المحتوى والأنواع الأخرى من الصدق .

رابعًا : صدق التوافق *Concurent Validity*

ويختلف تعريف هذا النوع باختلاف المقياس أو الأداة . ففي أدوات جمع البيانات أو مقاييس الاتجاهات يقصد بهذا النوع هو قدرة المقياس أو الأداة على التمييز بين أنواع المبحوثين الذين يعلم مسبقًا أنهم مختلفون .

وعلى سبيل المثال فإن المقياس الصادق لايمكن أن تنتهى نتائج اختباره بتأييد المبحوثين ذوى الميول الراديكالية للاتجاه نحو الخصخصة بشكل سريع وفورى . فهذا يشير بداية إلى وجود خطأ فى مقياس الاتجاه . أو رضا أصحاب الاتجاه الدينى عن توزيع خريطة البرامج الإذاعية أو التليفزيونية مع وجود محدود للبرامج الدينية على هذه الخريطة . أو زيادة كثافة المشاهدة التليفزيونية للطلاب فى فترات السهرة خلال دورة شهور الامتحانات . فمثل هذه النتائج فى الاختبار تشير إلى عدم صدق المقياس أو الأداة جمع البيانات .

وبالإضافة إلى ذلك فإنه يمكن تقدير صدق التوافق أيضًا من خلال المقارنة مع معايير خارجية *Criterion - Related Method* أى تقدير الصدق المرتبط بمعيار خارجى فإذا كانت كل النتائج على المقاييس أو الأدوات الأخرى تشير إلى التباين بين الإناث والذكور فى سلوك المشاهدة التليفزيونية - واعتبار هذه النتائج معيارا خارجيا - فإن نتائج اختبار صدق التوافق تشير إلى صدق المقياس أو الأداة متى اتفقت نتائج هذا الاختبار مع المعيار الخارجى .

وإذا ما اتفقنا على أن التخطيط السياسى والإقتصادى يعبران عن الفكر الإيدولوجى للدولة ، فإن تحليل المحتوى الخاص بالمعايير السياسية لهذه الإيدولوجية . يؤكد الدراسات الخاصة بالمعايير الاقتصادية التى تنتهجها الدولة كمعيار لصدق التحليل ونتائجه .

ولايعتبر الاتفاق وحده مطلبًا فى اختبارات صدق التوافق - أو الصدق التلازمى كما يسميه البعض- لأنه يمكن أيضًا استخدام دراسات التباين لتأكيد الصدق من خلال المقارنة بين الاتجاهات المتضادة لتأكيد أيهما للآخر . وعلى سبيل المثال تؤكد صحف اليمين اتجاهات صحف اليسار التى تختلف معها فى اختبار الرموز واستخدامها فى معظم المواقف .

خامسًا : صدق التشابه أو التقارب *Convergent Validity*

ويقترب صدق التوافق مع مفهوم صدق التشابه أو التقارب والذى يشير إلى التشابه أو التقارب بين نتائج القياس عندما يتم تطبيق اختبار المقياس أو الأداة على عينات مختلفة، أو تطبيق عملية القياس بأساليب مختلفة .

فقد نستخدم أسلوبين للقياس للكشف عن اتجاهات الأفراد نحو استقبال القنوات الفضائية مثل أسلوب ليكرت، وأسلوب التباين الدلالى . فإذا ما جاءت النتائج متشابهه دل ذلك على صدق أى من المقياسين فى حالة استخدام أى منهما، واختبار الصدق بدلالة الآخر . ويمكن إجراء الاختبار العكسى لما يسمى صدق الاختلاف أو التباين أو التمييز *Discrimination Validity* وهو تميز المقياس أو الأداة بحيث يفسر الصدق بعدم صلاحيته لقياس ظاهرة أخرى، أو تميزه واختلافه عن مقياس أو أداء أخرى صالحة لقياس تلك الظاهرة الأخرى .

وكلا المفهومان - التشابه والتباين - يفسران بعضهما البعض فى التعريف والتطبيق .

سادسًا : صدق التنبؤ *Predictive Validity*

ويتم التأكد من توافر هذا النوع من الصدق فى المقاييس أو الأدوات التى تستهدف الكشف عن السلوك أو الأداء أو المعرفة المكتسبة المتوقعة فى فترات لاحقة . مثل تقدير التغير المحتمل فى سلوك المشاهدة ، أو احتمالات زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام فى تطور الكسب المعرفى أو التغير الوجدانى أو الأداء المهارى .... وغيرها من مصادر التغير . أو التوقع بالتغير فى الأداء المرتبط بالتطوير التكنولوجى فى مجالات الانتاج والنشر أو الإذاعة بالنسبة للقائم بالإتصال .

وفى هذا المجال يقوم الباحث بالمقارنة مع معيار خارجى تحددت قدرته على قياس موضوع القياس فعلا، ولذلك يطلق على هذا الاختبار أيضًا الصدق المرتبط بمعيار خارجى، شأنه شأن الصدق التلازمى أو صدق التوافق كما أوضحنا من قبل .

وفى تحليل المحتوى يقصد بصدق التنبؤ قدرة الأداة على التنبؤ بالأحداث فى حالة غياب الدليل . واختبار قيمة التنبؤ ضرورة فى الدراسات التى تستهدف الاستدلال عن عناصر أو متغيرات ترتبط بخصائص المحتوى فى إطار علاقات

فرضية يتم اختبارها لأغراض البحث والدراسة . فالكشف عن النوايا والدوافع والاتجاهات والسياسات الخاصة بالقائم بالإتصال والمتلقى والتنبؤ بالوقائع والأحداث واتجاهاتها، هى وظائف استدلالية تقوم على بناء توقعات الباحث حول هذه المتغيرات فى إطار علاقات فرضية يتم اختبارها من خلال تحليل محتوى الإعلام .

وفى حالة المقارنة مع معيار خارجى يتم اجراء اختبارات صدق التنبؤ من خلال تقدير معامل الارتباط بين درجات القياس باستخدام المقياس أو الأداة، ودرجات المحك أو المعيار الخارجى الذى يقيس نفس موضوع القياس .

وإذا كان صدق التنبؤ من الأنواع الشائعة فى اختبارات التحصيل أو الأداء، فإنه يقل استخدامه فى الدراسات الإعلامية . وإن كانت بحوث التأثير والاعتماد على وسائل الإعلام تشير إلى احتمال التوسع فى استخدامه فى مثل هذه البحوث .

ونظراً لأن صدق التنبؤ وصدق التوافق أو الصدق التلازمى يقومان فى اختباراتهما على المقارنة مع معايير أو محكات خارجية فإنه يشار إليهما بالصدق التجريبى *Exprementał Validity* . حيث يتعامل الباحث كمالو أنه يقوم بالتجريب على عينة أخرى أو نفس العينة بعد مرور فترة من الزمن - صدق التنبؤ - أو كما لوكان تطبيق اختبار المعيار الخارجى إعادة للتجريب باستخدام مثير سبق استخدامه من قبل فى بحوث ودراسات أخرى . ولذلك يتم تقدير معامل الارتباط البسيط بين نتائج اختبار صدق المقياس والاختبار على المعيار أو المحك الخارجى . مع مراعاة ألا تطول الفترة الزمنية لتقدير نتائج الاختبار على المحك الخارجى بشكل يؤثر فى معامل صدق التنبؤ، فكلما اتسعت الفترة الزمنية بين القياس التجريبى والقياس على معيار خارجى كلما زادت عوامل الصدفة والعشوائية التى تقلل معامل الصدق فى هذه الحالة .

العلاقة بين معامل الثبات ومعامل الصدق

يعتبر معامل الصدق للاختبار دالا لثباته . ذلك أن معامل الصدق يتأثر ارتفاعاً أو انخفاضاً بمعامل الثبات وبالتالى فإن تقدير قيمة الصدق تشير فى نفس الوقت إلى قيمة الثبات أرتفاعاً أو انخفاضاً .

ونتوقع بالتالى أن يتأثر معامل الصدق بكافة العوامل التى تؤثر فى معامل الثبات ارتفاعاً أو انخفاضاً والتى تؤدى إلى الخطأ العشوائى أو خطأ الصدفة

وتتمثل بالدرجة الأولى فى عدم وضوح بناء المقياس ومحتواه للمبحوث وإدراكه له بالتالى والذى قد يختلف مستواه من مبحوث إلى اخر فيؤثر أيضًا فى ثبات النتائج وما دام المقياس أو الأداة غير ثابت فإنه لن يكون صادقًا أيضًا فى قياس مايراد قياسه .

بالإضافة إلى أن عدم صدق القياس أو الأداه نتيجة لوجود أخطاء متكررة مع كل المبحوثين وفى كل الظروف يعنى عدم صلاحية القياس أو الأداة وبالتالى عدم الحاجة إلى تقدير ثباته لأن نتائجه مشكوك فى صحتها بداية .

ويتصدر الأخطاء المتكررة أو المنتظمة التى يمكن تقديرها من خلال تقدير ثباتها اتفاق البناء الكلى للمقياس أو الأداة مع الهدف المراد تحقيقه . فلايكفى صلاحية عدد من وحداته (أسئلة أو عبارات أو أوزان) وعدم صلاحية وحدات أخرى . وهو مايمكن تقديره من خلال معامل الاتساق أو معامل الارتباط البسيط بين كل وحدة ومجموع وحدات المقياس أو الأداة، وهو مايقترب من طرق تقدير الثبات .

بجانب أن هناك من أنواع الصدق ما لايعتمد على تقديرات رياضية أو إحصائية للخروج بتقدير كمى لقيمة الصدق. مثل صدق المحتوى الذى يقوم على تقدير الخبراء والمحكمون لمدى اتفاق محتوى الأداه أو المقياس للمجال الذى يهدف إلى قياسه، ويعتمد هذا التقدير على رؤى وتقديرات أساسها المعرفة والخبرة بالموضوع ومجال هذا الموضوع أو المحتوى .

أما صدق التنبؤ وصدق التوافق الذى يعتمد على معايير أو محكات خارجية أو يقوم على المقارنة بين نتائج القياس التجريبى للأداة أو المقياس والقياس الناتج عن تطبيق المعيار أو المحك - متى أمكن تطبيقه كميا - فإنه يمكن استخدام معاملات الارتباط البسيط أو التوافق لتقدير حدود الاتفاق أو الاختلاف مع نتائج قياس المحك أو المعيار الخارجى . وهذه الطرق تقترب أيضًا من طرق تقدير الثبات الناتج عن إعادة الاختبار *Test - Retesr* أو الصور أو الأشكال المتكافئة *Equivalente Form* . مع مراعاة الاتفاق بين ظروف تطبيق المحك أو المعيار الخارجى وخصائص عينات التجريب فى الحالتين وقياس الفروق والارتباط بين نتائج تجريب المقياس أو الأداء والمحك أو المعيار الخارجى .

ولايعنى الارتباط الإيجابى بين قيمة الثبات والصدق وتأثر الصدق بالإرتفاع أو الانخفاض هو الاتفاق بين قيمة كل من الثبات والصدق . ولكن أقصى قيمة للصدق

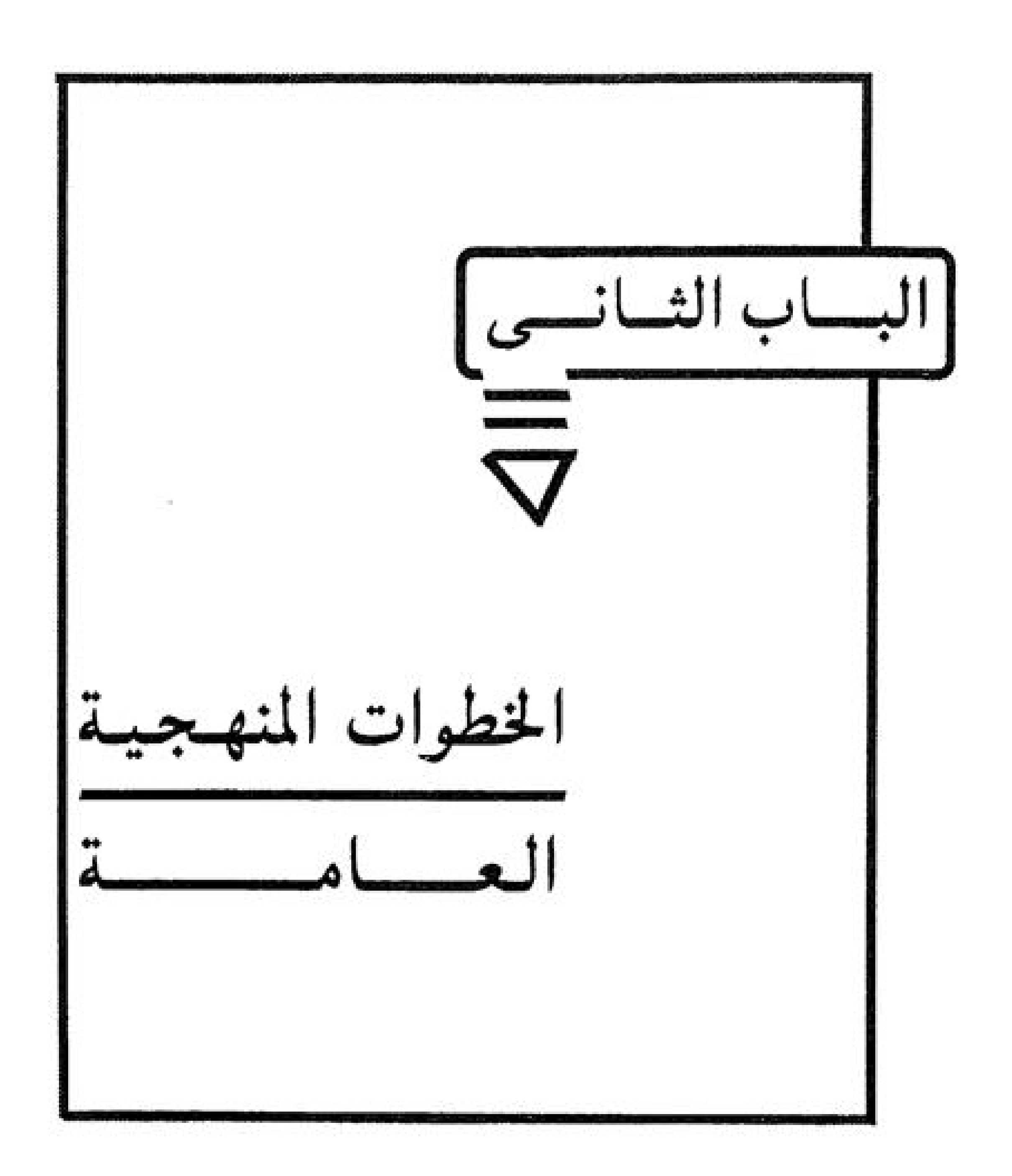
ترتبط على نحو مباشر بالثبات ويمكن التعبير عن هذه العلاقة بالمعادلة الرياضية التالية (على ماهر ٩٨: ٢٩٨)

أقصى قيمة للصدق = الجذر التربيعي لقيمة الثبات

$$\text{معامل الصدق} = \sqrt{\text{معامل الثبات}}$$

وهذا يشير إلى أن قيمة الصدق لايمكن أن تزيد عن الجذر التربيعي للثبات . ويشير بالتالي إلى أن معامل الثبات يعادل مربع معامل الصدق .

ومتى تم تقدير صدق المقياس أو الأداة كميا يمكن تقدير معامل الثبات بالتالي مع مراعاة أن قيمة الصدق تتوقف على وجود أو غياب الأخطاء المنهجية وتكرارها، وعادة ما يشير غياب الأخطاء المنهجية إلى إمكانية السيطرة على الأخطاء أو العوامل العشوائية التي تؤثر في قيمة ثبات القياس أو الأداة .


الباب الثاني
الخطوات المنهجية
العامة

التفسير هو جوهر البحث العلمى وغايته، لأن ملاحظة الظاهرة وحدوثها لايمثل إلا بداية الإقتراب منها . ولكن الهدف هو تقديم تفسيرات خاصة بهذه الظاهرة، حدها الأدنى هو الإجابة على الأسئلة التقليدية الخاصة بالإتجاه الخطى فى الإعلام وهى من......؟ يقول ماذا......؟ لمن......؟ وبأى وسيلة......؟ وبأى تأثير......؟ وهى التساؤلات التى طرحها لازويل فى الثلاثينات وقدمت منهجاً لتصنيف البحوث الإعلامية . وعلى أساسها تمت البحوث الجزئية التى تهتم كل مجموعة منها بأى من هذه الأسئلة فى مجال معين من المجالات البشرية أو الزمانية أو المكانية. وفى هذه الحالة فإن الأرقام والنتائج الكمية يمكن أن تقدم إجابة على هذه الأسئلة من خلال رصد تكرار الصفات والخصائص فى متغيرات البحوث الإعلامية .

وعند هذا الحد الأدنى توقفت معظم البحوث الجزئية، وأصبحت أداة لخدمة السوق والأهداف التجارية أكثر منها لتطوير المعرفة العلمية . لأن السؤال الغائب دائماً كان لماذا...؟ وهو مايحتاج إلى عمق البحث والتقصى ومزيد من القراءة والإطلاع فى العلوم الأخرى ونظرياتها ذات العلاقة بالظاهرة الإعلامية حتى يمكن تقديم تفسيرات علمية تفيد منها علوم الإعلام من جانب والعلوم الإجتماعية والإنسانية من جانب آخر .

وإذا كانت الدراسات الكيفية والتفسيرية تقوم أساساً على نظريات وأفكار مسبقة، مما يعطى لها بعداً نظرياً قوياً يساعد البحث، النقدى والتفسيرى وتقديم أفكار ومقولات نظرية جديدة . فإن الدراسات الامبريقية لاتقوم على هذا الأساس لأنها تعتمد الاستقراء منهجا للبحث تصل من خلاله إلى النظريات والأفكار والتعميمات وليس العكس . وهذا ما يدعم ضرورة الإهتمام بالتفسير والاستدلال فى الدراسات الامبريقية، حتى لاتتسم بالآلية والنمطية والاكتفاء بالتعامل الاحصائى مع النتائج التى قد تعجز عن الوصف والتفسير فى إطار عيوب الاستخدام الاحصائى ومشكلاته لدى الكثير من الباحثين فى الدراسات الإجتماعية .

ومع اكتمال حلقات البحث بصياغة التفسير والاستدلال، فإن الباحث يقوم بعد ذلك بكتابة تقرير البحث الذى يقدم إلى القراء والمستفيدين خلاصة الإجراءات

المنهجية ونتائجها للإستفادة منها في بحوث أخرى أو تنظيم المعرفة العلمية من خلال هذه النتائج المتراكمة والتعميمات التى تقدمها .

ولذلك يهتم هذا الباب بالتفسير والاستدلال باعتباره الحلقة الأخيرة من حلقات البحث العلمى، وكتابة تقرير البحث الذى يضم كل هذه الحلقات والعلاقات بينها . وينقسم هذا الباب بالتالى إلى فصلين :

الفصل السادس عشر : التفسير والاستدلال . ويقدم هذا الفصل أهمية التفسير وبصفة خاصة فى الدراسات الجزئية، ثم أمثلة لنماذج التفسير والاستدلال التى يمكن أن يسترشد الباحث بها . ويختم بصعوبات التفسير التى يجب أن يتجنبها الباحثون لصياغة تفسيرات ذات قيمة للمعرفة العلمية .

الفصل السابع عشر : كتابة مشروع البحث وتقريره النهائى : ويبدأ هذا الفصل بالمقارنة بين التقرير النهائى ومشروع البحث، ثم عناصر التقرير النهائى وتنظيمه ، وكتابة محتوى المشروعات وتقارير البحوث، بالإضافة إلى عرض أساليب الاقتباس والاستشهاد، والإحالات المرجعية والتوثيق والإسناد المرجعى وبصفة خاصة توثيق النصوص الالكترونية التى أصبحت أهم معالم البحث المعاصرة، ثم التسجيل فى قوائم المراجع .



التفسير والاستدلال

يمثل مطلب التفسير والاستدلال البعد الغائب فى الدراسات الإعلامية . حيث يلاحظ الإغراق فى الامبريقية والعرض الكمى للنتائج دون تفعيل الفكر النظرى والبناء التصوري لدى الباحث فى الإجابة على الأسئلة العديدة التى يثيرها العرض الإحصائى المجرد للبيانات بعد تحليلها وتصنيفها . بل إن أقوى هذه الأسئلة ما يدور حول جدوى العرض الكمى للبيانات مالم تتبعه شروح وتفسيرات تطرح الإجابات الخاصة بالأسئلة كيف...؟ ولماذا...؟ والخروج باستدلالات عن قضايا ومشكلات أخرى ذات علاقة بنتائج المشكلة المطروحه .

والاكتفاء بالعرض الكمى لنتائج البحث يعنى أن تحليل البيانات هى خطوة إجرائية تستهدف ترتيب البيانات وتصنيفها لأغراض سهولة العرض الإحصائى والوصف الكمى، ولكن تحليل البيانات لايجب أن يتوقف عند حدود التقسيم والتصنيف الآلى للبيانات مع غياب النظرة الناقدة والفاحصة للأرقام و الإحصاءات والعلاقات الكمية . وإلا فقد التحليل مفهومه بإعتباره عملية عقلية للتعامل مع البيانات التى تم جمعها ووضع نتائج التحليل فى إطار هذه العملية التى تستهدف تفعيل المهارات الفعلية فى الاستقراء، والاستنباط والقياس وبناء البرهان والخروج باستدلالات تصلح للتعميم والتبنؤ .

ولذلك فإننا لانبالغ إذا قلنا أن البحث العلمى يفتقد إلى التدريب على مهارات التعامل الكيفى والتفسير مع البيانات والنتائج الكمية . مما يضعف من قيمة هذه النتائج الكمية وجدواها .

ولعل ذلك يعود بالدرجة الأولى إلى الإغراق- دون وعى-فى البحوث الامبريقية، التي تتسم بالجزئية أو التجزئ للمشكلات البحثية وغياب المنظور الكلي فى دراسة هذه المشكلات وتفسير نتائجها .

ويتأثر الكثير من الباحثين بهذا الاتجاه ويقفون عند حدود النتائج الكمية الوصفية، بل إنهم لايبذلون جهداً يتجاوز حدود التصنيف الاحصائى أو تلخيص النتائج فى شكل مجموع التكرارات أو المتوسطات مع غياب البحث فى تقديرات التشتت التى تعتبر مكملة وضرورة لوصف ملخصات النتائج الاحصائية التى تعكس خصائص المجتمع الأصل .

وكثير من النتائج الاحصائية تحتاج إلى جهد نظري مكمل للوصف الدقيق لأن بعض النتائج لاتشير إلا إلى وجود أو غياب مصدر قيام العلاقة الاحصائية .

فنجد معظم الباحثين يكتفى برصد العلاقة الارتباطية بين المتغيرات، دون تفسير واف لعمق الارتباط فى ذاته، وتوضيح مصدر العلاقة فيما اذا كان أحد المتغيرين يعكس العلاقة السببية المباشرة أو متغير ثالث أو مجموعة من العوامل الأخرى تعكس العلاقة السببية غير المباشرة، فالارتباط فى حد ذاته لايشير إلى طبيعة العلاقة بين المتغيرين، مما يحتاج إلى مزيد من البحث النظرى والتقصى والحدس الذى يسهم فى تفسير العلاقة الارتباطية واتجاهها .

وبالإضافة إلى ذلك فإن كثيراً من الباحثين لايدرك-عن غير وعى- متطلبات التعميم من النتائج الاحصائية، لأن الارقام التى ينتهى إليها البحث لاتصلح للتعميم مالم يضع اعتباره الخطأ المعيارى بين الوصف الاحصائى للعينه والمجتمع الأصل . وهذا مايحتاج أيضًا إلى تفسير يرتبط بمصادر الخطأ وموقعه فى العمليات الاحصائية .

ونشير أيضًا إلى أن جوهر الفكر الامبريقى هو الاستقراء من خلال النتائج الجزئية لبناء الأفكار والمقولات النظرية . ولذلك فإن بناء النظرية أو التعميم يتطلب تفسيراً واضحًا وشاملاً يمكن أن يقوم الباحث من خلاله بعمليات التركيب العقلية التى تقود فى النهاية إلى بناء النظرية أو التعميم .

وبذلك نجد أن النتائج الاحصائية تفرض على الباحث الاستنباط لتفسير النتائج الجزئية، ثم القيام بالاستقراء لبناء النظريات الكلية من خلال هذا التفسير .

ودون ذلك لاتظهر هناك جدوى أو قيمة للدراسات الجزئية أو الفكر الامبريقى بصفة عامة .

وإذا كانت الدراسات الكيفية تقوم على النقد والتفسير بصفة أولية وتعتمد على الاستنباط ورصد النتائج من خلال الفكر النظرى والتأملى، وفى إطار المنظور الكلى للنتائج . فإنها بذلك تحمل فى إجراءات العمل والملاحظة ورصد النتائج مفهوم التفسير الذى يعتبر الأساس لصياغة الفروض أو طرح التساؤلات الخاصة بهذه الدراسات .

بنـــاء التفسيرات
فى الدراسات الجزئية

تهتم الدراسات الجزئية عادة بالوصف الكمى لعنصر من عناصر الظاهرة الإعلامية، أو خصائص المتغيرات العاملة فيها . وتنتهى إلى النتائج الكمية التى يعبر عنها فى إطار الفكر الأمبريقى على أنها الحقائق المستخلصة من البحث العلمى، حيث أن البحوث فى هذه الحالة تعاملت مع الموجودات والمحسوسات فى الظاهرة من خلال الأدوات المنهجية المختلفة .

وتقف هذه الدراسات عند حدود عرض النتائج الكمية أو خلاصة النتائج، ومناقشتها فى ضوء ماهو مطروح أمام الباحث من حقائق، دون تجاوز ذلك إلى العلاقات أو السياق الذى يؤثر فى وجود هذه الحقائق أو غيابها .

وأدى سيادة المفهوم الجزئى والكمى فى هذه الدراسات إلى الإفراط فى الاستخدامات الاحصائية وكأنها هى الهدف والغاية من البحث وغياب ماتشير إليه نتائج هذه الاستخدامات، حتى أنه يمكن ملاحظة الكثير من الاستخدامات الاحصائية غير المطلوبة فى البحوث الإعلامية، أو عدم توفيق الباحث فى اختيار الأسلوب الاحصائى أو المعاملات التى تناسب أهداف البحث وغاياته .

وأدى هذا بالتالى إلى تدعيم الاكتفاء بهذه النتائج الاحصائية باعتبارها الحقائق المستهدفة، واغفال الأسئلة الأخرى المرتبطة بالأسباب والعلاقات والتأثيرات التى تقدم الابعاد التفسيرية لهذه الأرقام أو النتائج الاحصائية .

وأدى أيضًا إلى حصر الأهداف البحثية فى الدراسات الميدانية لجمهور المتلقين، وتحليل محتوى الإعلام باعتبارهما المجالات التى يمكن التوسع فى

الاستخدامات الاحصائية فى العمل المنهجى لها وعرض نتائجها، وسادت بالتالى استخدامات التصميمات المنهجية للمسح والتحليل وأدواته، بإعتبارها أيضًا التصميمات والأدوات التى تعكس مهارات الاستخدام الاحصائى . وبذلك أصبحت الغاية هى الطرق الاحصائية وليس ما نصل إليه من خلال توظيف الطرق الاحصائية لتطوير المعارف الفكرية والنظرية فى علوم الاتصال والإعلام .

وإذا كانت نتائج هذه البحوث تصلح لخدمة السوق و الأهداف الإدارية فى المجتمع من خلال التركيز على الوصف الكمى للسلوك الاتصالى مع وسائل الإعلام، أو الكشف عن طرق الإقناع وتقديم الحملات الإعلامية فإن نفس النتائج لاتقدم معارف ذات قيمة فى المجتمعات النامية التى تسعى لإدراك الحقائق الإجتماعية كما تحدث فعلاً وليس كما ترسمها وسائل الإعلام ونتائج البحوث، لاتخاذها دليلا فى التنمية والتحديث فى هذه المجتمعات .

ولذلك فإن الإهتمام بالتفسير والاستدلال فى البحوث الجزئية ترتفع قيمته بارتفاع الحاجة إليه فى تطوير المعرفة الإعلامية المتخصصة فى إطار السياق الإجتماعى الخاص أيضًا . حتى لايصبح الأمر هو استيراد مشكلات معلبة من مجتمعات أخرى، وعبوات للبحوث يتم التعامل مع المشكلات فى إطارها، وبالتالى تصبح المشكلات ونتائجها بعيدة عن متطلبات المجتمع المحلى وحاجاته العلمية والعملية .

ويصبح أيضًا بناء التفسيرات فى هذه الدراسات مطلبًا منهجيًا يراعى الأسس والمبادئ التالية :

١- إذا كانت الدراسات الامبريقية لاتقدم النظرية أولاً، وتبدأ بالبحوث كمدخل إلى الاستقراء وبناء النظريات . فإن ذلك لايمنع من زيادة الاهتمام بالحاجات والأهداف الإجتماعية التى تصوغها أفكار ومقولات نظرية تحدد الأهداف البحثية، والحقائق المستهدفة . وهذا لايعنى أيضًا ضرورة البحث عن القوالب النظرية لإجراء البحوث فى إطارها . ولكن المقصود هو صياغة الأهداف والحاجات البحثية فى إطار أفكار ومقولات تسهم فى زيادة الاقتراب من هذه الأهداف والحاجات وتحديدها . دون تفرقة بين المصادر العلمية لهذه الأفكار والمقولات أو النظريات .

٢- ويرتبط بالأسس السابقة أن يجد الباحث إجابة محددة عن السؤال الخاص بما يضيفه البحث من أبعاد جديدة إلى النظرية والتطبيق . وهذا يمثل القيمة العلمية والإجتماعية للبحث العلمى بصفة عامة .

وعلى سبيل المثال لايكفى رصد سلوك التعرض إلى وسائل الإعلام دون الكشف عن أوجه الاتفاق والإختلاف بين فئات جمهور المتلقين وحاجاتهم من التعرض، والأوقات التى تحقق الاستفادة القصوى من التعرض . فذلك يلبى حاجة اجتماعية وإن كان يرسم فى نفس الوقت خريطة التعرض لخدمة الأهداف التسويقية والإعلانية .

كما أن الكشف عن حاجات جديدة لفئات جمهور المتلقين يمكن أن تسهم فى تطوير المعارف العلمية الخاصة بالعلاقات السببية لعملية التعرض إلى وسائل الإعلام .

٣- وبالإضافة إلى ماسبق فإن التعمق فى الأفكار والنظريات السابقة على البحث تساعد الباحث على صياغة أكثر الفروض ثراء فى المعرفة وهى الفروض الموجهة والدالة، أحد أنواع الفروض التجريبية أو فروض البحث التى يتم صياغتها فى عبارات تقريرية دالة، لايتمكن الباحث من صياغتها مالم يمتلك رصيداً معرفياً يمكنه من تحديد العلاقات وإتجاهها وقدرها وصياغة ذلك فى عبارات تقريرية شارحة .

ونشير هنا أيضاً إلى ماسبق أن ذكرناه بأن الفروض الإحصائية تعبر عن فقر معرفى ومنهجى مالم تقم على قاعدة عريضة من المعرفة والعلم بالمتغيرات وعلاقاتها الفرضية .

٤- وهذا ما يعبر بالتالى عن القيمة الفعلية لإعداد إطار نظرى كاف من النظريات والتعميمات ونتائج البحوث السابقة التى تشكل قاعدة عريضة من المعرفة العلمية لدى الباحث وتضع أساساً كافياً للتفسير .

٥- ويعتبر من أسهل طرق التفسير هو رد النتائج إلى القاعدة المعرفية لبناء الفروض أو طرح التساؤلات . وهنا تكمن القيمة العلمية للإطار النظرى للبحث الذى يساعد الباحث على اثراء تفسيراته للنتائج، بعد أن قام بدوره فى صياغة الفروض العلمية .

٦- رغم أهمية الأدوات التقليدية للقياس وجمع البيانات فى توفير قاعدة البيانات

التى يتم التعامل معها احصائياً . فإنها يجب ألا تقف عازلاً عن قيام الباحث بالملاحظة الإنطباعية والرصد الذاتى والتأمل للظاهرة وحركتها وعلاقاتها . وبناء التفسيرات فى إطار البناء المعرفى النشط لهذا الباحث .

والملاحظ أن نمطية بناء مثل هذه الأدوات كثيراً ما تجعل من عملية الحصول على البيانات وتحليلها وعرض النتائج عملية آلية . تؤثر كثيراً بالسلب على الاسهامات المعرفية للباحث فى وصف الظاهرة وعلاقاتها .

وإذا ما أضفنا إلى ذلك، اتجاه الباحثين نحو الاستفادة بجهود الغير وخبراتهم- والتوسع فيه- فى التعامل الاحصائى مع البيانات واستخراج النتائج، وتأثير غياب متابعة هذه العمليات الإحصائية على إسهام الباحث فى القراءة العلمية للبيانات والنتائج . إذا ما أضفنا ذلك يمكن أن نستنتج التأثيرات السلبية التى تتركها آليات الأدوات النمطية لجمع البيانات والتحليل الاحصائى على القدرات التفسيرية للباحثين. وتأثير ذلك بالتالى على تطوير المعرفة العلمية .

٧- وإذا ماكانت البحوث الجزئية تهتم بدراسة العناصر والمتغيرات والعلاقات فى أطر مستقلة ومنعزلة، فذلك لايمنع إعادة قراءة نتائجها واستكمال تفسيرها فى أطر السياقات المتعددة وليس السياق الإجتماعى العام .

مثل رسم أشكال العلاقات بين القائم بالإتصال والمصادر فى مبدأ المنفعة المتبادلة، أو رسم العلاقة بين تعرض فئات جمهور المتلقين إلى القنوات الفضائية فى إطار التطوير والتحديث المستمر فى الأطر الفكرية والشكلية لما تقدمه هذه القنوات .

إن هدف التفسير يتجاوز المسح الميدانى للعينات الصغيرة التى تفقد الدراسة قيمتها وجدواها ،أو تحليل محتوى الإعلام لفترات زمنية محددة للكشف عما تقوله وسائل الإعلام للمتلقين، والذى يعتمد فى النهاية على العد الإحصائى لتكرار الخصائص والأنماط السلوكية أو الوظائف، أو تكرار فئات التحليل، دون إجابة واضحة للأسئلة: لماذا تقول وسائل الإعلام ماتقوله ؟ أو لماذا تركز على وظائف معينة وتغفل أخرى ؟ أو لماذا تفعل وسائل الإعلام ماتفعله بالناس ؟ وهذه كلها وأسئلة أخرى تعتبر متطلبات أساسية للتفسير المنهجى .

وإن كانت هذه الأسئلة وغيرها محور اهتمام الاتجاهات النقدية والدراسات

الكيفية، فإنه لايمنع من تطوير الفكر الامبريقى لتقديم إجابات لهذه الأسئلة وفى إطار هذا الفكر وأسسه المنهجية .

نماذج التفسير

تظهر دائما فى البحوث الامبريقية غياب الحاجة إلى بناء نظرى أولى يحدد إطار التفسير الذى يضع النتائج فى إطار الإفادة العلمية . لأن هذه البحوث تعتمد بداية على صياغة فروض علمية ينتهى اختبار صحتها إلى بناء تعميمات تعتبر هى الأساس فى البناء النظرى بعد ذلك وليس قبل بداية البحث .

ولذلك فإن التفسير فى هذه الحالة هو تأكيد صحة الفروض، وتأكيد بناء العلاقة بين المتغيرات التى درسها الباحث، ويبدأ بعد ذلك بناء المفاهيم والعلاقات والتصورات .

أما فى الدراسات الكيفية فهى تبدأ من خلال بناء نظرى أو تصورى يعتبر دليلاً للباحث فى البحث والتقصى والوصول إلى النتائج التى يتم تفسيرها بعد ذلك فى إطار هذا البناء النظرى . وهذا هو اتجاه المدارس النقدية فى البحث والتفسير .

وكما قدمنا فإن التقريب بين الاتجاهين يعتبر ضرورة للبحث العلمى، ولايعتبر مشكلة للباحث. وفى هذا الإطار يفرق الخبراء بين نوعين من أنواع التفسير العلمى: **الأول** وهو التفسير الذى يعتمد على ما تصل إليه البحوث الامبريقية من تعميمات احتمالية . والنقد الذى يوجه إلى هذا النوع من التفسير هو نفس النقد الذى يوجه إلى البحوث الامبريقية بصفة عامة، مثل إعتمادها على عينات صغيره ومحدودة وفى فترة زمنية محدده لها ظروفها الخاصة، مما يحد من قيمة التعميمات، بالإضافة إلى أن النتائج تعكس رؤى الباحثين للأساليب الاحصائية المستخدمه وهى متعددة أكثر مما تعكس تفسيرهم للظاهرة ذاتها أو حركتها وعلاقاتها .

أما النوع الثانى من التفسير : فهو الذى يعتمد على بناء نظرى متكامل وقضايا عامة يمكن أن تفسر الظاهرة وحركتها وعلاقاتها وهذا هو التفسير الذى يعتمد الباحث عليه فى الدراسات الكيفية أو التفسيرية .

وفى رأينا أن مشكلة البحوث الامبريقية فى التطبيقات السائدة، غالباً ماتكمن فى آلية الإجراءات ونمطية الأساليب والأدوات التى تجعل العمل البحثى

سهلا فى رؤية الباحثين، دون إهتمام بالتعمق فى تطوير هذه الآليات والأدوات وبناء تفسيرات علمية قوية ، حتى مع غياب الأبنية النظرية الأولية فى العمل المنهجى .

ولعل محاولة الاسترشاد بالأسس والمبادئ التى عرضناها من قبل ترفع من قيمة النتائج التفسيرية فى تقديم أطر نظرية مضافة إلى المعرفة العلمية، وبرفع بالتالى من قيمة الدراسات الامبريقية ويضعها فى الاطار العلمى السليم وتجاوز صور النقد المنهجية التى توجه إليها .

ويتجه التفسير بصفة عامة ونماذجه إلى البحث عن إجابة الأسئلة الأعمق فى الظاهرة الإعلامية، ولذلك يركز على مظاهر الفعل *Action* وأسبابه ودوافعه . وفى الدراسات الكيفية تميل إلى التركيز على القوى الفاعلة *Power* التى تؤثر من الخارج فى حركة الفعل واتجاهه بطريقة أو أخرى .

وفى الدراسات الامبريقية عادة ماتكون العلاقة السببية والتأثير المتبادل* هى محور صياغة الأهداف والفروض والنتائج الاحصائية، لكنها تقف عند حدود التعبير الاحصائى عن العلاقات والتأثيرات دون تجاوز ذلك إلى البحث فى أساس قيام العلاقة أو تطورها، أو الأسباب والدوافع الكامنة وراء حدوث التأثيرات .

وعلى الرغم من أن التفسير هو نهاية حلقات البحث العلمى وأساس بناء النظريات والأفكار والمقولات العلمية العامة، فإن قليلاً من مراجع مناهج البحث التى تهتم بهذه الخطوه الإجرائية وتعطيها اهتماما فى العرض، اكتفاء بعرض خلاصة النتائج تبعًا لمسارات البحث الامبريقى .

ولذلك فإن مهمة تحديد نماذج للتفسير تحتاج إلى الرجوع لأدبيات علوم الإجتماع وعلم النفس وعلم النفس اللغوى وعلوم الاقتصاد والسياسة.... وغيرها

---

* مبدأ السببية : كل التغيرات تحدث تبعًا لقانون الارتباط بين الأسباب والنتائج والسببية شرط يتطلبه العقل لكى يتصور تعاقب الحوادث، وفى نفس الاتجاه : لايستطيع المرء أن يدرك أن الحادثين متعاقبان إلا اذا أدرك حدهما بوصفه سببا للآخر .

مبدأ التأثير المتبادل : يوجد تأثير متبادل عام بين الظواهر، بالقدر الذى تكون مقترنة من حيث المكان، وكما أن السببية هى أساس التعاقب، فإن التأثير المتبادل هو أساس الاقتران، فالحادثان المقترنان ليس مجرد حادثين غير متعاقبين بل هما حادثان يؤثر كل منهما فى الآخر تأثير متبادلا ومتساويا (راجع بالتفصيل بول موى ٦٦: ٢٣٣-٢٤٠) .

من العلوم التى يمكن الاسترشاد بمبادئها فى تحديد هذه النماذج فى الدراسات الإعلامية التى تعتبر من الدراسات البينية لهذه العلوم وغيرها التى تدرس الفرد والجماعة والمجتمعات والنظم والعلاقات بينها .

وعلى هذا يمكن تحديد عدد من النماذج يمكن الاسترشاد بها فى التفسير من خلال الأطر المرجعية والنظريات الإجتماعية والنفسية التى تعمل فى إطار الدراسات الإعلامية .

النموذج الوظيفى فى التفسير

ويعتبر هذا النموذج هو أساس التفسير في البحوث الامبريقية التى تستمد إطارها المرجعى من البنائية الوظيفية التى تتمثل المجتمع كالانسان يتكون من عدد من الأعضاء التى يقوم كلا منها بعدد الأنشطة والوظائف المتكررة تعمل باتساق، وتساعد الانسان على البقاء والاستمرار . وهكذا المجتمع فإنه يتكون من عدد من النظم التى تعمل باتساق وتقوم بعدد من الوظائف والأنشطة المتكررة تعمل على ثبات المجتمع واستقراره . وهذه الوظائف والأنشطة المتكررة التى يقوم بها كل نظام تلبى حاجات النظم الأخرى والمجتمع . وبالتالى تعتبر ضرورة للغير والمجتمع .

وفى هذا الإطار فإن الباحث لايسأل عن أسباب القيام بهذه الوظائف ، إلا بعد أن يطرح الأسئلة الخاصة بالحاجات المجتمعية والنظمية الأخرى . للتقرير بإتفاق الوظائف مع حاجات النظم الأخرى والمجتمع أم لا .

ولذلك فإن البحوث التى تستهدف الكشف عن وظائف الإعلام أو التغير فيها من خلال تحليل المحتوى، تقدم نتائج جزئية ترتبط بالإطار الزمانى والمكانى الذى تم فيه البحث . ويسعى التفسير فى النموذج الوظيفى إلى استعادة الوظائف الكلية للتقرير بعلاقة هذه الوظائف أو التغير فيها بالوظائف الكلية للمجتمع .

وفى هذه الحالة يمكن للباحث أن يطرح تساؤلاته حول الأهداف العامة للمجتمع(الكل) مثل تدعيم قيم معينة فى مرحلة ما/ أو نشر الثقافات المتخصصة/ أو تدعيم أدوار معينة/ أو الدعوة إلى أفكار أو آراء معينة . والتقرير باتفاق نتائج البحث فى وظائف الإعلام (الجزء) مع هذه الأهداف العامة للتقرير بالإتساق بين الكل والجزء فى القيام بالوظائف والأنشطة المتكررة .

أما الوقوف عند حدود الرصد الكمي للنتائج واصدار التعميمات حول

الوظائف والتغير فيها أو تطورها، فإن هذا لايفيد فى رؤية الواقع بقدر ما يتم الاستفادة منه فى بناء التراكم العلمى والمعرفى حول وظائف الإعلام بصفة عامة . وتتخذ أساسًا لبناء التفسيرات بعد ذلك من خلال المقارنات التاريخية أو التطورية.

ولكن التفسير فى هذه الحالة يمكن أن يتم من خلال العديد من المداخل فى إطار البنائية الوظيفية، مثل علاقة البناء المؤسسى بحدود هذه الوظائف واتجاهاتها، العلاقة بين هذه الوظائف واتجاهات القائم بالإتصال فى النظم الإعلامية، العلاقة بين هذه الوظائف والقوى المسيطرة فى المجتمع.... وغيرها . وذلك على أساس أن الأطراف الأخرى فى دراسة العلاقات الوظيفية هى أجزاء أخرى فى بناء المجتمع لها أهدافها ووظائفها أيضًا التى تعمل فى اتساق من أجل ثبات المجتمع واستقراره فى إطار الأهداف الكلية لهذا المجتمع .

ويمكن أن تؤدى هذه التفسيرات إلى صياغة مجتمعية عادلة لفكر البنائية الوظيفية يرد على كافة صور النقد التى توجه إليها من النظريات الإجتماعية الأخرى مثل نظريات الصراع، التى تظهر فى التفسيرات النقدية لعلاقات النظم الإعلامية بالنظم الإجتماعية الأخرى فى المجتمع .

وفى الوقت الذى تشير فيه البنائية الوظيفية إلى ثبات المجتمع واستقراره من خلال توزيع الوظائف والأنشطة المتكررة بين اجزائه، فإن نظريات الصراع ترى فى هذه الوظائف خدمة للقوى المسيطرة فى المجتمع وتحقيقًا لأهدافها من أجل استمرار هذه السيطرة والهيمنة . وبالتالى تعتبر وسائل الإعلام أو النظم الإعلامية أدوات لهذه القوى المسيطرة وليست عناصر نشطة ومستقلة تقوم بوظائفها فى إطار الوظائف والأهداف الكلية للمجتمع .

نموذج الدوافع والحاجات

وتعتبر نظريات علم النفس بفروعه المختلفة الإطار المرجعى لهذا النموذج، حيث تهتم الكثير من النظريات بتنظيم الدوافع والحاجات وتحديد اسبقياتها بالنسبة للفرد، وعلاقتها بالسلوك بصفة عامة . وتوجيه السلوك الفردى إلى مايلبى هذه الدوافع ويشبع الحاجات . حتى يتحقق للفرد الاتزان النفسى الذى يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة . ومع تعدد الأنماط من الدوافع والحاجات وتباينها بين الأفراد، فإننا نتوقع أيضًا أن تختلف هذه الدوافع والحاجات

بتغيير الخصائص الديموجرافية والمواقع والأدوار، وكذلك بتأثير المعايير الثقافية والإجتماعية المكتسبة .

وتتعدد حاجات الفرد ودوافعه من التعرض إلى وسائل الإعلام، ومع هذا التعدد واختلافات الحاجات والدوافع أيضًا يمكن أن تختلف مستويات التعرض وكثافته وبالتالي اختيار الفرد للوسائل ومحتواها وتفضيله لها .

وبجانب تفسير تباين التعرض والاستخدام فى علاقته بتباين الدوافع والحاجات، فإن نظريات تباين الحوافز *Incentive- Conflect Theories* تفسر السلوك الاتصالى أيضًا فى علاقته بالعائد الذى يجنيه الفرد أو يخسره من هذا السلوك . ذلك أن السلوك في هذه النظريات يرتبط بأقصى ما يحققه الفرد من عائد، وأقل مايخسره مثلاً فى الوقت والجهد والمال... إلى آخره .

ويمكن أن يفسر العائد فى هذه النظريات بما يحققه الفرد من دوافع أو يشبعه من حاجات لديه فى إطار الجهد المبذول الذى يصل إلى أدناه فى هذه النظريات .

وفى إطار هذا النموذج يضع الباحث فى اعتباره المقارنة بين مستويات التعرض والاستخدام واتجاهات الاهتمام والتفضيل والتباين فى دوافع التعرض والاستخدام أو الحاجات المستهدفة منه فى وسائل الإعلام .

وهذا النموذج يرتبط إلى حد بعيد بالنموذج الوظيفى،لأنه فى الوقت الذى يحدد فيه الفرد دوافعه من التعرض والاستخدام وحاجاته منه،فإن وسائل الإعلام على الجانب الآخر تحدد وظائفها وترتيبها فى إطار ترتيب الفرد لدوافعه وحاجاته، مادامت وسائل الإعلام تسعى إلى تحقيق أكبر مستوى من كثافة التعرض والاستخدام .

وهذا ماتم صياغته فى النظريات الخاصة بالاستخدامات والاشباعات *Uses and Gratification* والاستخدامات والتأثيرات *Uses and Effects* التي وجدت صدى فى تفسير تعرض الفرد واستخدامه لوسائل الإعلام ومحتواها، متى ارتبطت الوظائف الإعلامية بتلبية دوافع الفرد وإشباع حاجاته فى المجالات المعرفية المختلفة.

وإذا كان النموذج الوظيفى فى التفسير يستخدم فى حالات تحليل محتوى الإعلام للكشف عن وظائف وسائل الإعلام ومحتواها والقائم بالإتصال فيها . فإن نموذج الدوافع والحاجات يفسر التباين بين الأفراد فى مستويات التعرض والاستخدام من خلال المسح الميداني . ويفسر النموذجان معًا العلاقة بين دوافع الفرد وحاجاته من

التعرض والاستخدام وبين ترتيب الوسائل ومحتواها للوظائف التى تأتى ملبية لدوافع الفرد وتشبع حاجاته .

وهذا النموذج أيضًا يفسر اعتماد الفرد على وسائل الإعلام وتباين مستويات هذا الإعتماد فى إطار مايتفق مع دوافع الفرد وحاجاته . وهو جوهر نظرية إعتماد الفرد على وسائل الإعلام . لأن الدوافع والحاجات فى هذه النظرية يتم تفسيرها فى إطار مفهوم الأهداف والغايات التى يسعى الفرد إلى تحقيقها من خلال المعلومات التى توفرها وسائل الإعلام، سواء كانت هذه الأهداف فردية أو إجتماعية . ويعتبر ترتيب هذه الأهداف والغايات عنصرا مهما فى نظام المعلومات فى وسائل الإعلام . ويشمل مفهوم المعلومات فى هذا النظام كل ما تنشره وسائل الإعلام أو تذيعه ويكون له تأثير على الطريقة التى يفكر بها الناس ويشعرون ويتصرفون بواسطتها . وبالتالى فإن وسائل الإعلام تضع فى اعتبارها الأهداف المعرفية والوجدانية والسلوكية للفرد التى يسعى إلى تحقيقها من خلال الإعتماد على هذه الوسائل وتضع نظام المعلومات فى إطارها .

السببية والتأثير المتبادل

يسهم هذا النموذج فى تفسير حدوث وقائع معينة بإعتبارها نتيجة لوقائع أخرى كانت سببًا فى حدوث الأولى، وهو مبدأ الربط بين المقدمات والنتائج أو الاسباب والنتائج، أو مايسمى بالسببية أو العلّية . ذلك أنه متى توافرت ظروف معينه أو شروط خاصة فإنه يمكن الاستدلال عما يترتب عليها بإعتبارها نتيجة لأسباب تمثلت فى الظروف أو الشروط التى أدت إليها .

وعلى سبيل المثال فإنه يمكن تفسير زيادة الاهتمام بأخبار العالم الغربى وأمريكا بالذات، بتزايد المعاهدات والتحالفات التى تمت معها . أو أن ما نشر عنها فى فترة ما كان نتيجة للزيارات المتبادلة بين الزعماء فى هذه الفترة . وكذلك يمكن تفسير انكماش الأخبار السياسية الداخلية بسبب صدور الأحكام العرفية وحالة الطوارئ . أو عزوف القراء عن جريدة معينة بعد أن توسعت فى نشر أخبار الجنس وموضوعاته...... وهكذا .

ويكون المهم فى حالة التفسير السببى هو توافر الشروط والمقومات التى تجعل من تعاقب الأحداث زمنيا إطارا لهذا التفسير، فلا يكفى توافر الشروط والمقدمات

وحدها لتكون سببًا، ولكن التعاقب يفسر أن الواقعه الأولى متى توافرت فيها الشروط والمقومات أصبحت سببا للواقعة التالية بإعتبارها نتيجة .

ولذلك يضع الباحث في اعتباره التسلسل التاريخي في الحدوث، والاقتران في المكان، والارتباط العضوى بين السبب والنتيجة .

ويظهر مبدأ الاقتران فى المكان والزمان ضروريًا فى حالة التأثير المتبادل . وفى هذه الحالة لايكفى أن نفسر واقعه باعتبارها سببا للأخرى، بل يمكن تفسير الواقعتين باعتبارهما سببان ونتيجتان فى نفس الوقت . فالإعلانات تشكل مصدراً أساسيًا من مصادر التمويل لوسائل لإعلام، وهى فى نفس الوقت تعتبر عاملاً من عوامل الرواج الاقتصادى وزيادة الاستهلاك فالتأثير فى هذه الحالة تأثير متبادل لاقترانه من حيث الزمان والمكان وكذلك الارتباط العضوى بين زيادة التمويل وزيادة الاستهلاك واهتمامهما بعنصر مشترك هو عنصر الإعلانات .

وفى هذا الإطار يمكن إدراك النظريات الخاصة بالإعتماد المتبادل بين النظم الإعلامية، والنظم الإجتماعية فى المجتمع الواحد عند ميلفين ديفلير *M.Defleur* أو تحليل هيبرت وزملائه *R.H.Hiebert* للنظم الإعلامية وعلاقتها بالنظم أو الخصائص المميزة للمجتمع التى تقوم فى إطار التأثير المتبادل .

ومبدأ التأثير المتبادل يعتبر الأساس فى التفسيرات الخاصة بالنظريات النقدية، وبصفة خاصة بناء الرموز والمعنى فى محتوى الإعلام بتأثيرات إتجاهات أصحاب المصلحة فى فرض الهيمنة والسيطرة على المجتمع . وهذه القوى تمثل دعمًا ماديًا ومعنويًا بالتالى لهذه المؤسسات والوسائل فى علاقتها بالمجتمع .

وإذا كانت هناك العديد من الأفكار والمقولات والنظريات التى تفسر مبدأ التأثير المتبادل، فإن منهج تحليل النظم يحتاج بالضرورة إلى التفسيرات التى تعتمد على هذا المبدأ. لأن أهم ما يميز النظم بصفة عامة- والإعلامية بصفة خاصة- وجود المبادئ والسياسات والأهداف التى تتفق مع السياق العام لهذه المبادئ والسياسات والأهداف فى المجتمع من جانب، وتتفق مع الأهداف والسياسات الخاصة بالنظم الأخرى التى تتفق معها من جانب آخر . وهذا الاتفاق فى حد ذاته يعتبر مؤشرا للتأثيرات المتبادلة التى تحقق أهداف هذه النظم- كل فى مجاله - وأهداف النظام العام . وتعتبر أيضًا دليلاً إلى فهم البناء التنظيمى الذى يتأثر

بهذه الأهداف والسياسات، ويؤثر أيضًا فى دعمها وتأكيدها عند تحليل هذه النظم لأغراض الوصف أو الاستدلال عن حركتها فى إطار السياق التنظيمى العام .

وفى هذا الإطار يمكن تأكيد الحاجة إلى التفسير القائم على مبدأ السببية فى البحوث الخاصة بوصف العلاقات السببية واختبارها مثل البحوث الخاصة بتحقيق العلاقة السببيه بين خصائص التعرض والاستخدام وقيام وسائل الإعلام بوظائفها فى تلبية الدوافع وإشباع الحاجات الفردية لدى جمهور المتلقين .

وفى كثير من بحوث الإعلام يعتبر مبدأ السببية والتأثير المتبادل فى التفسير حاضرا لصياغة إجابات السؤال لماذا...؟ سواء كان فى تحليل المحتوى فى علاقته بالنظم والمؤسسات أو فى علاقته بالقائم بالإتصال أو فى علاقته بخصائص جمهور المتلقين . أو فى دراسة جمهور المتلقين فى علاقتها بدوافع التعرض والاستخدام أو العزوف، أو خصائص التعرض والاستخدام المقارن، أو اكتساب المعانى الرمزية التى تؤكدها وسائل الإعلام، أو تباين التعلم من خلال وسائل الإعلام، أو الأسئلة الخاصة بالتأثيرات الإعلامية فى مظاهرها المختلفة مثل ترتيب الأولويات أو تشكيل الرأى العام أو تشكيل الحقائق الإجتماعية.... وغيرها .

وفى هذه الحالات فإن مبدأ السببية والتأثير المتبادل يقدم عمقا نظريا وفكريا لنتائج البحوث الكمية الخاصة بخصائص التعرض والاستخدام، أو الخاصة بتكرار فئات التحليل، أو خصائص تحليل النظم الإعلامية ومؤسساتها . ويقدم بالتالى إطار نظريا للتعميمات التى تنتهى إليها البحوث الكمية فى هذه الحالات .

وليست هذه النماذج فى التفسير على سبيل الحصر لكنها أمثلة لما يمكن أن يسترشد به الباحث فى قراءة النتائج الكمية فى البحوث الامبريقية ويقدم تفسيرا لها .

وهناك نماذج أخرى مستقاه من علوم أخرى مثل النماذج الخاصة **بتفسير الرموز اللغوية** فى إطار علم اللغة والدلالة والعلامات وبصفة خاصة فى تفسير ظهور أو اختفاء رموز لغوية، ومعانى جديدة ترتبط بالتغيرات التى تحدث فى الواقع الإجتماعى، والتى تعتمد فى معظمها على الأفكار والمقولات الخاصة بعلم دراسة الظاهرات، والأنثروبولوجى، ودراسة الفئات والمجتمعات ونظريات التفاعل الرمزى، بالإضافة إلى **التفسير التاريخى** الذى يعتمد عليه كثيراً فى المقارنة عبر الزمن للوقائع والأحداث التى تجسدها نتائج تحليل محتوى الإعلام، أو تطور النظم

الإعلامية أو المؤسسات وعلاقتها بالوقائع والأحداث التاريخية .

وكذلك **النموذج المعرفى** *Cognitive* فى التفسير، الذى يرتبط أيضًا بالنماذج اللغوية ويستقى نظرياته وأفكاره من علم النفس المعرفى ونظريات الإدراك ومعالجة المعلومات التى تفسر تباين التعرض والاستخدام وكذلك تباين الإدراك والتذكر كنتائج لعمليات التعرض والاستخدام وتباين التأثيرات بالتالي، بالإضافة إلى الكشف عن التأثيرات المعرفية وعلاقتها بالعمليات الإدراكية لمحتوى الإعلام . ونجد صدى لهذه النظريات والأفكار فى النظريات والتعميمات الخاصة بالاستخدامات والاشباعات والإعتماد على وسائل الإعلام .

وكذلك **التفسيرات الاقتصادية والسياسية** لنتائج البحوث الخاصة بنظم التمويل والإعلان والتوزيع،التى يمكن أن تكشف عن العديد من العلاقات والتأثيرات المتبادلة بين القوى الاقتصادية وبين وسائل الإعلام، والتأثيرات المتبادلة بينهما فى علاقتهما بجمهور المتلقين وصياغة أفكاره ومعتقداته، وتشكيل الواقع الإجتماعى .

وغيرها من نماذج التفسير التى تقوم على النظريات والأفكار الخاصة بالعلوم الأخرى، خصوصا أن الدراسات الإعلامية من الدراسات البينية التى تعتمد فى الكثير من نظرياتها وتعميماتها وفروضها على العلوم الإجتماعية الأخرى وتستفيد من نظريات هذه العلوم وأفكارها .

وكما أن هذه النماذج لايتم حصرها والإعتماد عليها على سبيل التحديد، فإنه فى نفس الوقت لايمكن التحديد بشكل قاطع لصلاحية أى منها مع أنماط معينة من البحوث، لأن الظاهرة الإعلامية- كما سبق أن ذكرنا- هى ظاهرة مركبة ومعقدة وتتسم بالحركة وتعدد العلاقات، مما يشير إلى إمكانية توظيف أى من النماذج المذكورة فى دراستها دون تحديد قاطع ويتوقف الأمر فى النهاية على رؤية الباحث لاتجاه العلاقات بين النتائج وحاجته النظرية والفكرية لتفسير النتائج وعلاقاتها .

ويشير أيضًا إلى أهمية التكامل بين هذه النماذج فى تفسير الظاهرة الإعلامية التى تتعدد عناصرها ومتغيراتها بالتالى بجانب تعقد علاقاتها، بحيث يحتاج الباحث إلى أكثر من نموذج لتفسيرها كما احتاج إلى أكثر من مدخل نظرى لصياغتها، وأكثر من منهج لدراستها . لأن التكامل فى دراسة الظاهرة الإعلامية وتفسيرها بالتالى مطلب منهجى يتفق وخصائص هذه الظاهرة .

صعوبات التفسير

تتميز الدراسات الكيفية أو التفسيرية فى أنها تقوم بداية على أفكار نظرية، يهدف الباحث إلى التحقق منها واختبارها، أو تكون هذه الأفكار النظرية إطارا يقود الباحث إلى المسار المنهجي والوصول إلى النتائج . فتبدأ الدراسات الكيفية من النظرية أولا . بعكس الدراسات الامبريقية التى تقوم على الاستقراء وترفض أن تبدأ بالنظرية ولكنها تسعى إلى اختبار الوقائع والأحداث ووصف الظواهر فى إطار جزئى دون الاهتمام بالإطار أو السياق الكلى لحركة الظاهرة وعلاقاتها التى تهتم بها الدراسات الكيفية أو التفسيرية .

ولذلك فإن الحاجة إلى التفسير والاستدلال تزداد فى الدراسات الامبريقية التى تهتم بالجزء وتكتفى بعرض النتائج فى إطار كمى من خلال العمليات الإحصائية المتعددة . وبالتالى فإن استكمال حلقات البحث والاستفادة منه يحتاج إلى التفسير الكيفى لهذه النتائج الكمية والاحصائية ووضعها فى السياق المعرفى للدراسات الإعلامية .

وما نلاحظه فى الدراسات الإعلامية التى تتسم بالجزئية والاهتمام بالعرض الإحصائى أنها تقف عند حدود هذا العرض الإحصائى من خلال الجداول وحساب التكرارات وبعض المعاملات الإحصائية دون تفسير كاف يوضح مسار العرض الكمى والعلاقات الإحصائية .

وفى معظم الأحيان تكون محاولة الباحث للتفسير ورؤيته له على أنه إعادة قراءة للجداول والأرقام والاحصائيات فى بناء لغوى لفظى مما يعد تكرارا للعرض مرة أخرى، وتكون خلاصة النتائج فى العادة هى ابرز هذه الأرقام والاحصائيات دون محاولة تفسير دلالتها أو مغزاها أو علاقاتها فى إطار الأفكار والتعميمات النظرية .

وهذا يكون عادة نتيجة للعوامل التالية التى تشكل صعوبة للباحث فى التفسيروالاستدلالوبناء التعميمات.

أولاً : غياب الفكر المنهجي وفلسفة إتجاهات دراسة الظاهرة العلمية لدى الكثير من الباحثين . حيث لايدرى الباحث فى أى إطار يعمل وإلى أى المدارس الفكرية فى البحث العلمى ينتمى . فهو لايدرى المفهوم الخاص بالامبريقية وعلاقاتها العلمية ومتطلباتها المنهجية، ولايدرك خصائص وسمات الفكر الوضعى ونقيضه فى البحث ومجالات تطبيق كل منهما .

فالفكر الامبريقى فى البحث العلمى يعتمد على الاستقراء فى البحث، ودراسة الأجزاء وبناء التعميمات التى تقود فى النهاية إلى بناء النظرية وليس العكس . ولذلك يصبح بناء التعميمات وتفسيرها أو توظيف طرق الاستدلال والبرهان من خلال النتائج الكمية أمرا ضروريًا . وبذلك لاتقف حدود البحث عند صياغة النتائج الكمية والبحث عن دلالة النتائج الإحصائية فقط .

ثانيًا : الخلط بين خدمة أهداف السوق، وبين تطوير المعرفة العلمية فى الدراسات الإعلامية فالبحوث التى تتسم بالجزئية الشديدة وتعتمد على الكم فقط فى عرض نتائجها، إنما تهدف إلى تقديم مؤشرات من خلال المنهج العلمى لاتخاذ القرارات التسويقية والإعلانية بينما يحتاج هدف تطوير المعرفة العلمية إلى تفسير هذه النتائج فى أطر السياقات المجتمعية التى تعمل فيها الظاهرة محل الدراسة لاتخاذ القرارات العلمية الخاصة بالوصف أو التفسير أو الضبط أو التنبؤ بهذه الظاهرات فى إطار أهداف البحث العلمى بصفة عامة .

ولذلك فإن محاكاة البحوث التى تخدم السوق لاتنتهى عادة بقيمة علمية مضافة، ولاتجد من نماذج التفسير النظرية دعمًا لهذه القيمة .

ثالثًا : عجز البحث فى البداية عن بناء إطار نظرى قوى يحدد ملامح البحث ومشكلاته وإتجاهات صياغة الفروض العلمية واختبارها بحيث تتحول بعد اختبارها إلى تعميمات تعتمد على هذا البناء . فالدراسات السابقة ليست رصدا أو تصنيفا لما سبق إعداده من بحوث فى مجال المشكلة ولكنها قاعدة معرفية لبناء هذا الإطار النظرى الذى يسهم أيضًا فى التفسير والاستدلال والقراءة العلمية الصحيحة للنتائج الكمية .

رابعًا : عجز العينات المحدودة والأدوات المنهجية التقليدية - مثل الاستقصاءات- عن تحصيل المعرفة والخبرة الكافية من المبحوثين، وإتاحة الفرصة لهم للتعبير بحرية عن ذاتيتهم دون قيود تفرضها نمطية بناء هذه الأدوات ومحتواها . التى لاتفيد فى أكثر من تصنيف المبحوثين فى فئات تبعًا للمتغيرات التى يحددها البحث .

ولذلك فإن هذه الأدوات يجب أن تستكمل بأدوات أخرى تؤكد فهم المبحوثين وإدراكهم للبحث ورموزه وقيمته وتؤكد أيضًا حريته فى التعبير عن ذاته بطرق أخرى غير هذه الأدوات التقليدية . ووضع هذه الضوابط المنهجية فى الاعتبار عند التفسير والاستدلال .

خامسًا : الإغراق فى استخدام الاساليب والطرق الاحصائية واستعارة مصطلحاتها ومناهجها فى عرض النتائج دون حاجة فعلية تتفق ومتطلبات البحوث وأهدافها، حتى تحولت هذه الاستخدامات إلى غاية فى حد ذاتها وليست وسيلة للمساعدة على التفسير والاستدلال .

ولذلك يجب الحذر فى الاستخدامات الإحصائية واستخدامها فى إطار متطلبات البحث وأهدافه، ثم قراءة المصطلحات والمفاهيم الاحصائية الخاصة بعرض النتائج فى إطار الأفكار والمقولات التفسيرية التى تدعم هذه النتائج فترتفع بقيمتها بالتالى فى تطوير المعرفة العلمية المتخصصه .

وبجانب العوامل السابقة هناك عوامل أخرى ترتبط بإتجاهات الباحث نفسه وأخلاقيات البحث العلمى، لأن غير الجاد أو الذى يعتمد على المحاكاة والنمطية أو الآلية فى إعداده، لن يجد قاعدة من المعرفة تدعم تفسيراته وقيمته العلمية .

فالباحث الجاد هو الذى يتعامل مع البحث العلمى فى إطار المعرفة العلمية والمنهجية المتكاملة التى تسهم فى الإرتقاء بقيمته ودوره فى تحقيق الإضافة العلمية المتميزة .



كتابة مشروع البحث وتقريره النهائى

بينما يعتبر مشروع البحث مخططًا علميًا يوضح ماينوى الباحث أن يقوم بدراسته وكيفية القيام بهذه الدراسة . فإن التقرير النهائى هو وثيقة علمية توضح ماقام به الباحث فعلاً ، وماتوصل إليه من نتائج أو توصيات علمية .

ويقوم مشروع البحث أو خطة البحث *Proposal/Plan/Project* بأدوار عديدة فى مسار البحث العلمى . حيث يعتبر إلتزامًا من الباحث بالمشكلة التى سوف يدرسها وحدود الدراسة ، وإجراءاتها ، ومجالات الدراسة . ويضاف على ذلك بالنسبة للمشروعات البحثية التى تقوم بها الهيئات أو المؤسسات تحديد الإمكانيات المالية والمادية والبشرية الراجب توافرها لإنهاء البحث والوصول إلى النتائج المستهدفة .

أما التقرير النهائى للبحث فإنه يتحدث عن الماضي فيما يتعلق بالإجراءات والمسارات العلمية ، حيث يقدم المشكلة التى قام الباحث بدراستها وكيفية دراستها والنتائج التى توصل إليها وتفسير هذه النتائج .

وإذا ما اعتبرنا كلا من المشروع أو الخطة والتقرير النهائى صورة واحدة لوثيقتين الأولى تعكس ماسوف يتم فى المستقبل،والثانية تعكس ماتم فى الماضى، فإن النتائج وتفسيرها تعتبر العنصر الأساسى الذى يميز التقرير النهائى عن خطة البحث بالإضافة إلى مايقترحه الباحث من توصيات أو مايشيره من بحوث أخرى ترتبط بالنتائج التى توصل إليها .

ويتم عرض كل من مشروع البحث والتقرير النهائى فى تبويب منهجى يمثل العناصر التى يتضمنها كل منهما :

عنـــاصـــــر

مشروع البحث

١- صفحة العنوان : وتشمل

- الجهة أو المؤسسة العلمية التى يقدم إليها مشروع البحث أو تدعمه .
- عنوان البحث المقترح .
- سبب تقديمه (فى حالة الرسائل العلمية) .
- المشرف على البحث أو هيئة الاشراف .
- تاريخ تقديم مشروع البحث .

٢- صلب مشروع البحث : ويشمل

- التمهيد للمشكلة العلمية . والتركيز على مصادر التعرف على المشكلة ووجودها ودوافع دراستها ، وتأكيد هذه الجوانب من خلال الأبعاد النظرية والفكرية والتراث العلمى فى موضوع المشكلة .
- تحديد المشكلة العلمية وطرح التساؤل العام الذى يلخص هذه المشكلة ، والتساؤلات الفرعية التى يستهدف الإجابة عليها .
- أهمية دراسة المشكلة المقترحة .
- الأهداف العلمية لدراسة هذه المشكلة .
- التعريف بالمفاهيم والمصطلحات . .
- أدبيات البحث والدراسات السابقة .
- الفروض العلمية التى يستهدف الباحث اختبارها .
- الإجراءات المنهجية : وتشمل
  * المعاينة أو نظام العينات .
  * وصف التصميم المنهجى .
  * الأدوات والمقاييس .
  * إجراءات جمع البيانات،والاختبارات أو القياس،والاستخدامات الإحصائية.

٣- قائمة المراجع :

ويكتفى بهذه العناصر بمشروعات أو خطط البحوث التى تقدم لاستكمال

متطلبات الدراسات العليا ، أو التسجيل فى درجاتها . بينما يضاف عليها فى المشروعات الكبيرة والممولة التى تقوم بها هيئات أو مؤسسات بحثيه أو فريق بحث، يضاف العناصر الخاصة بالدعم المالى وتفصيلاته ، وتشكيل فريق البحث ومهامه ، وايضاح كامل للإجراءات التنفيذية لخطة العمل مقرونة بالحدود الزمنية المقترحة لكل خطوة أو مرحلة من مراحل البحث .

وفى كل الأحوال يتبع فى كتابة مشروع البحث أو خطته الأسس العلمية للكتابة والتسجيل ، وتوثيق المعلومات كما سيأتى ذكره بعد .

عناصر التقرير النهائى وتنظيمه

يتسع التقرير النهائى ليشمل المزيد من التفصيلات الخاصة بكل خطوة من خطوات البحث ، لأن التقرير النهائى يشمل ما قام به الباحث من إجراءات وخطوات عمل للوصول إلى النتائج التى توصل إليها الباحث .

ولذلك فإن الباحث يتخذ القرار الخاص بتقسيم التقرير النهائى إلى وحدات أو أجزاء يتوفر فيها صفة الوحدة فى عرض التفاصيل الخاصة بها . تأخذ إطار التقسيمات المألوفة أجزاء/أبواب/فصول/ مباحث . يتميز كل منه بوحدة الموضوع المطروح فى إطاره . ولايدخل الجزء التمهيدى أو قوائم المراجع والملاحق ضمن هذه التقسيمات حيث تعتبر وحدات مستقلة لكنها ذات ارتباط بكل عناصر التقرير ، وبالتالى يتم تقديها خارج صلب التقرير الذى يطرح الباحث تقسيمه إلى وحدات مستقلة فى إطار التبويب الذى يراه . وينقسم التقرير النهائى للبحث إلى الأجزاء التالية :

١-**الجزء التمهيدى** *Introductory Section* ويضم :
- صفحة العنوان .
- صفحة الشكر والتقدير .
- قائمة المحتويات .
- قائمة الجداول .
- قائمة الأشكال .

٢-**الجسم الرئيسى للتقرير** *Main body* ويمكن تقسيمه إلى أجزاء أو أبواب

وفصول ، أو فصول فقط ، بما يتفق مع مفهوم تحقيق الوحدة داخل كل جزء أو قسم فى هذا التوزيع . ويضم العناصر التالية :

٢/١- مشكلة البحث . ويشمل التقديم للمشكلة ثم التعريف بها وعرضها فى نهاية هذا الجزء .

- أهمية البحث أو أهمية دراسة المشكلة .
- أهداف دراسة المشكلة .
- العلاقات الفرضية أو التساؤلات المطروحة .
- التعريف بالمفاهيم والمصطلحات .

٢/٢- أدبيات البحث والدراسات السابقة . ويمكن أن يدخل فى إطار هذا الجزء التعريف بالأبعاد الفلسفية والنظرية للمشكلة وجوانبها وأهداف دراستها . وذلك كله فيما يمكن عرضه فى وحدة أو أكثر للإطار النظرى للدراسة .

٢/٣- الإجراءات المنهجية :

- وصف نظام العينات .
- وصف التصميم المنهجى .
- وصف الأدوات والمقاييس المستخدمة .
- شرح الإجراءات التى اتبعها الباحث .
- مناقشة اختبارات الثبات والصدق .
- وصف الطرق والأساليب الإحصائية المستخدمة وأهميتها .

٢/٤- عرض النتائج التى توصل إليها البحث وتفسيرها .

٢/٥ الخاتمة والتوصيات: وتشمل ملخص للمشكلة المطروحة والإجراءات والنتائج، ثم مناقشة أهم النتائج وتفسيرها . بالاضافة إلى التوصيات التى يوصى بها الباحث ، وكذلك مايثيره البحث من الحاجة إلى دراسة مشكلات وبحوث أخرى ترتبط بنتائج البحث .

٣- قائمة المراجع .

٤- الملاحق .

كتـــابـــة محتـــــوى
المشروعات وتقارير البحوث

تمثل الكتابة المرحلة الأخيرة فى إعداد مشروع البحث أو التقرير النهائى، وفى هذه المرحلة يضع الباحث خلاصة جهده ونتائجه على الورق ، ويأمل فى هذه الحالة ألا يقل مستوى العرض عن مستوى الجهد الذى بذله فى البحث وإجراءاته. وألا يؤثر الأسلوب أو طريقة الكتابة والعرض على اتجاهات الآخرين نحو البحث ونتائجه .

ويشعر الباحث فى هذه المرحلة بمزيد من التوتر والقلق يفوق ماكان يستشعره أثناء فترة الإطلاع والبحث والتقصى والتجريب وتقرير النتائج ، لأن هذه الإجراءات فى علاقتها ببعضها تسير فى تسلسل واضح وتعمل بشكل آلى ويتحكم فيها الباحث حيث لاتخضع لرقابة أو ملاحظة الآخرين . أما الكتابة النهائية وتنظيمها فتخضع لملاحظة الآخرين وتشكل إطار الوثيقة التى يودعها تحت طلب الخبراء والباحثين فى المكتبات العلمية .

ولذلك لانجد غرابة أن تتجمع المادة العلمية بين يدى الباحث ويتأخر فى تناولها بالكتابة والعرض . تحت تأثير إحساسه بالقلق والتوتر الناتج من إحساسه أن ما سيكتبه سيكون وثيقة يتناولها الآخرون بشكل أو آخر . ويجب أن تعرض فى شكل يحقق أهداف العمل والجهد البحثى الذى قام به .

ولذلك فالنصيحة الأولى فى هذا المجال ألا يحاول الباحث الكتابة تحت ضغط الوقت أو حتى الآخرين ، بل يكتب عندما يكون مستعداً لأن يكتب ، ويكون قد سيطر على مفاتيح الكتابة وأدواتها . وبعد أن يكون قد انتهى تماماً من تبويب المادة العلمية فى وحدات متجانسة ، تحت عنوان أولى يشير فى بنائه إلى الفكرة الجامعة لكل المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو النتائج فى كل وحدة يجتمع لها التجانس، والتى يمكن أن تأخذ شكل الباب/ أو الفصل/ أو المبحث بعد ذلك ، أو القسم أو الجزء من أجزاء المشروع أو التقرير النهائى .

وهذا يسهل الكتابة بعد ذلك ، حيث لايبقى أمام الباحث سوى استخدام عبارات أو جمل الربط أو الانتقال ، والبناءات اللغوية التى تيسر عملية الانتقال السهل بين عناصر كل وحدة ، وتربط فى نفس الوقت بين هذه العناصر والأفكار .

ومن أبرز المخاطر فى كتابة تقارير البحوث العلمية ، أن يكتب الباحث كل جزء أو قسم بشكل مستقل وعلى فترات متباعدة ، معتقداً أنه قد حقق انجازاً بالانتهاء أولاً بأول من جزء وراء الآخر . بينما قد يؤدى ذلك إلى عدم اتساق هذه الأجزاء أو الأقسام - أو مايعرض فيها من محتوى - مع بعضها فى التقرير النهائى الكلى . ومن صور عدم الاتساق مايلى :

- عدم مراعاة الأبعاد الزمنية أو التاريخية فى عرض الوقائع والأحداث .
- تباين فى عرض المفاهيم والمصطلحات من جزء إلى آخر .
- تباين فى الآراء أو الأفكار المطروحة بين جزء أو قسم وآخر .
- اختلافات فى الإحالات المرجعية والهوامش .
- عدم الاتساق بين عناوين الجزء أو القسم الواحد، أو بينها وبين العناوين الرئيسية .

ولذلك يفضل أن يكتب التقرير كله مرة واحدة بعد الانتهاء من جمع المادة العلمية، والوصول إلى النتائج البحثية . وإذا كان قد كتبه مجزءاً وعلى فترات متباعدة يلتزم الباحث بإعادة مراجعة ماكتبه بدقة شديدة فى إطار السياق الكلى للتقرير ، لتجنب ماقد يكون ظاهراً من عدم الاتساق بين الأجزاء أو الأقسام .

ويتصدر التوصيات الخاصة بكتابة مشروعات البحوث أو التقارير النهائية ، أن يعى الباحث الأسلوب العلمى فى الكتابة ، الذى يتعامل مع الحقائق ، ولايبنى الأفكار أو الآراء على ملاحظات عامة ، ويعتمد على الوصف المنطقى لهذه الآراء والأفكار ، مؤكدة بالأدلة والبراهين ، واضعًا فى اعتباره قدرة الأسلوب على تحدى النقد العلمى من الآخرين . ولذلك يتجنب الباحث العبارات الإنشائية أو الجمل الخطابية ، أو الشعارات الرنانة ، التى تفقد النتائج العلمية قيمتها وقوتها .

وبجانب ذلك هناك عدد من التوصيات الأخرى فى الكتابة .

- ترتيب المحتوى فى إطار الباب أو الفصل وفقًا لمعيار من المعايير التى تحقق الانتقال السهل والمتدرج بين المعلومات ، مثل الترتيب حسب الأهمية أو الزمن أو العلاقات الفرضية ، أو معالم التشابه أو الاختلاف ، أو الانتقال من العام إلى الخاص أو من السهل إلى الصعب .
- يعكس العنوان الرئيسى والعناوين الفرعية الإطار العام لمحتوى الجزء أو القسم ، وفى بناء لغوى محدد يميزه عن غيره من العناوين ، ويربطه بها فى نفس الوقت

بحيث تشير العناوين الفرعية فى مجموعها إلى العنوان الرئيسى ، والعكس ، ويظهر الارتباط واضحًا بما قبلها أو بعدها .

- أن يتجنب الباحث وضع ترجمة باللغة الأجنبية لهذه العناوين ، مالم تكن هى نفسها تعريب لعناوين باللغة الأجنبية فى نفس الموضوع ، بحيث يمكن أن نقرر أنها تحولت إلى مصطلحات خاصة بالمجال العلمى ، مثل عناوين الإجراءات المنهجية نظام العينات *Sampling* ، أو عرض النتائج *Finding* وهكذا .
- تحقيق الإتساق بين ماهو مقبس والسياق الذى يوضع فيه . بحيث لاتظهر الاقتباسات فى صورة معزولة تؤثر على تفاعل القارئ مع النصوص .
- الالتزام بالاقتباسات القصيرة ذات العلاقة بالمعنى فقط ، والبعد عن الاقتباسات المستفيضه مع تحديدها تحديداً قاطعًا من خلال وضعها بين علامات تنصيص أوأقواس ورقم الإحالة المرجعية ، وإذا طالت هذه الاقتباسات يلخصها الباحث فى فقرات قصيرة تؤدى المعنى الذى يقصده مصدر الاقتباس أو مرجعه .
- يتجنب الباحث التكرار فى العرض أو الاستطراد فيه ، حتى لايغيب المعنى عن القارئ بتأثير هذا التكرار أو الاستطراد .
- اللغة العربية هى لغة الكتابة - مالم يتفق على غير ذلك - ولذلك لاتستخدم الكلمات أو الرموز اللغوية الأجنبية مالم تكن لها صفة المصطلح أو المفهوم العلمى ، أو تكون أسماء الخبراء والباحثين والمؤلفين الأجانب ، على أن يكتب مختصر الاسم واسم العائلة باللغة الأجنبية بجانب المنطوق العربى لها .
- استخدام الفقرات والجمل القصيره الواضحة ، والتركيز على وضع علامات التوقيف فى مكانها الصحيح .
- لايجوز استخدام الاختصارات للكلمات أو المسميات فى البحث ، مالم تكن قد تم تقديم الأصل فى بداية البحث أو المرة الأولى،حيث يمكن استخدام الاختصارات بعد ذلك. وذلك باستثناء الاختصارات الشائعة على المستوى العالمى أو القومى مثل يونسكو *Unesco*، أو الجات *GATT* أما غير ذلك فيكتب المسمى كاملاً وبجواره الاختصار تمهيداً لاستخدامه بعد ذلك فى المرات التالية، وخصوصاً اختصارات اسماء اللجان أو المؤسسات أو البروتوكولات التى لاتكون معروفة بالاختصار إلا فى دولتها فقط .

- التركيز على الوضوح بقدر الإمكان ، ولذلك يتجنب الباحث الكلمات غير الواضحة أو غير المألوفة أو المهجورة ، وكذلك التعقيدات اللفظية أو الأسلوبية ، وكذلك يتجنب الباحث الاستخدام المتكرر للمبنى للمجهول وخصوصاً عند عرض الحقائق أو الآراء أو الأفكار المسندة . بالإضافة إلى تجنب استخدام الجمل الضمنية ، أو النهايات المفتوحة للحقائق المعروضة . وعندما يضطر الباحث إلى استخدام ما يؤثر فى وضوح العرض والكتابة مثل الكلمات المهجوره أو غير المألوفة فإنها توضع فى سياق يساعد على تفسير المعنى أو إدراكه ، أو تفسيرها فى الهامش .
- يتجنب الباحث بقدر الإمكان استخدام الضمائر الشخصية مثل قمت بإجراء... أو أرى أو نرى،أو أنا ونحن أو الأدوات الدالة على ذلك.فالحديث من الباحث عن البحث. فيقول يرى الباحث...، وانتهى البحث إلى .... فالعلاقة هى بين البحث والباحث وليس هناك أطراف أخرى للتمييز بينها من خلال الضمائر الشخصية .
- تكتب الأعداد التى نبدأ بها الجملة ، والأقل من مائة ، وكذلك الكسور ، تكتب بالحروف وغير ذلك يكتب بالأرقام ، ويتم الفصل بين الآلاف وما زاد عنها بعلامة فصل مثل ١٠٠٠ . ٠٠٠ . ٠٠٠ مليون مستمع أو طالب .

وتعتبر الجداول والأشكال عرضاً لأفكار وعلاقات يمكن أن تعرض فى صفحات عديدة ، ولذلك تعتبر من الأدوات المساعدة فى عرض المحتوى ويجب الاهتمام بعرضها بما يؤدى إلى سهولة التعرف على عناصرها وقراءتها وإدراك العلاقات التى تقدمها .

ولذلك يجب أن ينشر الجدول أو الشكل كاملاً على الصفحة ، إذا لم يكفى الجزء الباقى من الصفحة ينقل إلى صفحة تالية ، وإذا كانت مساحته نصف صفحة فإنه يفضل أن يتوسط الصفحة، أما الجداول التفصيلية التى تشمل مساحات كبيرة فإنها ترحل إلى الملاحق ويشار إليها فى النص حتى لاتؤثر فى سياق المحتوى .

ويشار إلى الجدول بالرقم - جدول رقم س - تكتب على سطر مستقل ثم يليها عنوان الجدول الذى يصف محتواه ، وتوضع هذه الإشارات أعلى الجدول ، بينما توجد مثيلاتها فى الأشكال أسفل الشكل . ويتوسط العنوان الصفحة والسطر ويكتب فى شكل هرم مقلوب إذا ماتعددت الأسطر فى العنوان، ويراعى الدقة فى كتابة عناوين الأعمدة واتساقها مع بعضها .

ويشار إلى الجدول والشكل برقم الجدول وكذلك الصفحة ، بدلاً من انظر الجدول التالى أو أنظر الجدول رقم س ، فالإحالة لاتكون إلا فى الهوامش فقط ، ولكن النص يجب أن يكون متكاملاً . ولذلك يشار إلى الجدول بالرقم والصفحة وكذلك الشكل بعد انتهاء الجملة أو الفقرة التى تتعرض لهذا الجدول أو الشكل .

الاقتباس والاستشهاد والإحالات المرجعية

كما تعتبر الاستفادة العلمية من التراث المعرفى حقًا لكل باحث ، فإن حقوق الباحثين والمؤلفين على مصنفاتهم الفكرية تعتبر أساسًا فى البحث العلمى . ولذلك فإنه إذا كان من حق الباحث الاقتباس أو الاستشهاد بأعمال ونتائج الآخرين ، فإنه يجب أيضًا أن يوثق هذا الاقتباس أو الاستشهاد فى نفس البحث بما يسجل لهؤلاء الآخرين حقوقهم فى أعمالهم وإنتاجهم العلمى.ولذلك تظهر ضرورة الفصل بين جهد الباحث وجهد الآخرين وتمييزه،وضرورة إسناد الجهود إلى أصحابها بشكل منهجى .

وبصفة عامة يجب أن يتجنب الباحث كثرة الاقتباسات دون مبرركاف ، والتى قد تحول شكل العرض إلى تجميع أقوال الآخرين (قص ولصق) . وتخفى بالتالى الجهد المطلوب من الباحث فى النقد والتعليق ، واستخلاص مايفيد منها فى بناء الأدلة والبراهين أو تدعيم التفسيرات .

ولذلك يجب أن يكون الاقتباس أو الاستشهاد هادفًا ، وليس مجرد عرض لما يمكن أن يفسر على أنه يكس جهد الباحث فى القراءة والاطلاع .

وهناك عدد من التوصيات فى الاقتباس وتسجيله منها .

- يتجنب الباحث الاقتباسات الطويلة . وإذا ما احتاج الباحث إلى هذه الاقتباسات الطويلة فمن الأفضل أن يعيد الباحث صياغتها بفكره فى فقرات قصيرة ، مع المحافظة على الفكرة العامة لهذه المواد المقتبسة .
- ليس كل ماسجله الآخرون فى مراجعهم من جمل أو فقرات ، ترتفع قيمته إلى حد ضرورة الإسناد والتوثيق ، فهناك العديد من الأقوال أو العبارات التى أصبحت مرسلة لكل من يتناول موضوعات بعينها ، بحيث يمكن أن نقول أن الكل متفق عليها . وبالتالى لاتسند مثل هذه الأقوال إلى أحد بعينه . مثل أن يقال "......أننا نعيش عصر الانفجار المعرفى" أو "...... أننا نعيش عصر

السماوات المفتوحة بفضل انتشار الأقمار الصناعية فى سماء العالم......"
وغيرها من العبارات أو الفقرات التى يصر الباحثون على اسنادها دون حاجة لذلك .

- الحقائق والأفكار أو الآراء التى ترتبط بمؤلفين أو باحثين بعينهم ، مثل نتائج البحوث أو التعميمات أو التفسيرات العلمية أو الآراء الفلسفية ، يجب ألا يتدخل الباحث فيها بالاختصار أو إعادة الصياغة عند الاقتباس أو الاستشهاد ، خصوصًا إذا كانت فى عبارات أو فقرات قصيرة فى المرجع الأصلى .

- تكتب الفقرات القصيرة المقتبسة بين علامات تنصيص "......" ويوضع رقم الهامش أو المرجع أعلى علامة التنصيص الأخيرة . أما الفقرات الطويلة أو الفقرات المتعددة المقتبسة فيكون تسجيلها داخل النص بمسافات أقل فى الكتابة سواء من الجوانب وبين السطور، بحيث يمكن تمييزها مباشرة على أنها نصوص مقتبسة . وفى جميع الأحوال يفضل أن تنتهى الفقرات أو العبارات المقتبسة بنهايات فقرات النص مع وضع علامة الهامش أو رقم المرجع فى نهايتها ، بحيث يكون معروفًا أن السطر الجديد سيكون فقرة جديدة وليس امتداد للنصوص المقتبسة .

- إذا طالت النصوص المقتبسة إلى عدد من الصفحات فيفضل أن توضع فى ملحق التقرير وليست داخل النص .

- لايجوز أن يستخدم الباحث نصًا مقتبسًا بواسطة باحث آخر ، فالأفضل الرجوع إلى المرجع الأصلى ، أو تسجيله عن الباحث الآخر ، حيث أنه الذى قام بالاقتباس ويتحمل مسئولية الاقتباس وما يمكن أن يكون قد قام به من حذف أو تغيير أو صياغة جديدة لهذه النصوص المقتبسة . وبالتالى لايجوز أن يقتبس الباحث ماسبق اقتباسه حتى لوسبق ذلك بالقول نقلاً عن فلان ...
ويستثنى من ذلك الوثائق أو المخطوطات التى يصعب على الباحث الحالى الرجوع إليها ، لأنه يجب أن تنشر بنصها دون تدخل من أحد فيها ، وبالتالى يمكن نقلها عن آخرين قاموا بالجهود الأولى فى تسجيلها .

- وفى حالة عدم الرجوع إلى المرجع الأصلى لأى سبب ، وكانت هناك حاجة ملحة لاقتباس ماسبق اقتباسه أو الاستشهاد به، فيسجل النص المقتبس باسم صاحبه

الأصلى ويشار فى المراجع إلى من قام باقتباسه للمرة الأولى . مثل "ويحدد دنيس ماكويل المعالم العامة الرئيسية للمؤسسات الإعلامية ....."[1] ،ويسجل رقم المرجع باسم : محمد عبد الحميد...... الذى قام بالاقتباس أو الاستشهاد للمرة الأولى ، وليس باسم دينيس ماكويل نقلاً عن محمد عبد الحميد كما يتكرر استخدامه فى بعض البحوث .

- فى حالة اقتباس فكرة واحدة عن أكثر من مرجع ، فإنها تسجل برقم موحد فى الهامش ويتم تفصيل المراجع فى الهامش . مثل: "ويتفق الخبراء على أن التليفزيون قد أصبح المصدر الأساسى للمعلومات للطفل فى مرحلة الطفولة المبكرة"[1] ثم تسجل المراجع التى اتفقت فى هذه الفكرة.فى هامش الصفحة .

وفى جميع الأحوال يجب أن يتحرى الباحث الدقة فى اقتباس النصوص ، والأمانه العلمية فى توثيقها والاعتراف بحقوق الآخرين على هذه النصوص المقتبسة. ولذلك يتم تسجيل الأصول المرجعية باسم أصحابها فى هامش الصفحات أو فى داخل النص ، بجانب التسجيل الكامل فى قائمة المراجع .

التوثيق والإسناد المرجعى

تعتبر الهوامش أو الحواشى أجزاءً أساسية ومكملة لنص التقرير ، وإن لم تكن من عناصر النص البنائية ، إلا أنها تعتبر ضرورة للأسباب التالية :

- تستوعب الهوامش الشروح والتفاسير والإحالات التى تيسر فهم النص وإدراك محتواه .
- تعتبر متنفسا للباحث يضع فيها آراءه الذاتيه ، فيما يكون خارج موضوع البحث وإن كات يرتبط به بصورة أو أخرى .
- يمكن أن تستوعب النصوص المقتبسة الطويلة، مالم يتم ضمها إلى ملاحق البحث.
- تحقق الارتباط بين أجزاء الرسالة بما تحمله من إشارات أو إحالات ، أو استعادة لبعض مما سبق عرضه ، أو ماسيأتى عرضه .

ويتصدر هذه الضرورات السابقة،أهمية الهوامش باعتبارها دليلاً للمصادر والمراجع التى استند أو رجع إليها الباحث فى صياغة النص وبنائه.ولذلك كان الاهتمام بوضع الأسلوب المنهجى لتنظيم عرض هذه المصادر أو المراجع فى هوامش البحث .

ونفرق بداية بين الهوامش الخاصة بتسجيل المراجع أو المصادر الخاصة بالبحث، وبين الهوامش الخاصة بالشرح أو التفسير أو الإحالات الداخلية فى النص . فالأولى يجب تسجيلها تحت أرقام مسلسلة لكل صفحة ، أو لكل الفصل أو الجزء إذا ماتم وضعها فى نهاية الفصل أو الجزء وليس أسفل الصفحات . والثانية تسجل بدليل المشيرات مثل النجمة/أو الشرطة/ أو النقطة ويتكرر عدد المشيرات *،**،***، بتكرار الشروح أو التفسيرات فى الصفحة الواحدة .....وهكذا . وإن كنا نوصى بعدم التوسع فى هذه الشروح أو التفسيرات فى الهامش ، مادام النص قد كتب فى إطار التوصيات التى تجعل قراءته سهلة ميسرة .

وهناك أكثر من طريقة لتسجيل المراجع فى تقرير البحث .

الأولى : أن يشار إلى المرجع برقم فى نص التقرير داخل الصفحة أو الفصل، بعد فقرات الاقتباس والاستشهاد . ثم يتم تسجيل المعلومات الببليوجرافية للمرجع بنفس الرقم المشار إليه فى أسفل الصفحة أو نهاية الفصل .

وهذه هى الطريقة الأساسية والمنهجية التى تربط النص بالإسناد المرجعى فى وقت القراءة والمراجعة .

ويمكن نشر هذه المراجع مرتبة فى كل صفحة على حدا ، أو تجميعها بترتيب يستمر إلى نهاية الفصل .

وفى الحالتين فإن تسجيل المراجع فى هوامش الصفحة أو نهاية الفصل يكون بمقاس مختلف للحروف عن مقاس حروف النص، لسهولة التمييز بين النصوص والهوامش .

الثانية: وجد بعض الباحثين أن تسجيل المعلومات الببليوجرافية للمرجع فى الصفحة وإعادة تسجيلها مرة أخرى فى قائمة المراجع فيه هدر للوقت والجهد الناتج عن تكرار التسجيل فى الحالتين .

لذلك يقوم الباحث فى هذه الحالة بتسجيل مختصر للمعلومات الببليوجرافية بين قوسين داخل النص وبعد الفقرات المقتبسة مباشرة وبصفة خاصة اسم الكاتب ثم السنة فارقام الصفحات مثل:(محمد عبد الحميد ٩٧ :٤٢) وفى حالة تكرار المراجع الخاصة بالمؤلف فيتم التميز بينها بسنة النشر ، وإذا تكررت فى ذات سنة النشر يضاف رقم آخر مميز لكل مرجع حسب ترتيب نشرها فى قائمة المراجع (محمد عبد الحميد ٢/٩٧:٦٥-٧٠) .

ويتجه آخرون إلى اختصار أكثر، فيذكر رقم المرجع فى قائمة المراجع وبعد رقم الصفحة أو الصفحات مثل(٢١٤:٦٥) إلا أن استخدام الطريقة الأخيرة تعتبر طريقة مشكوكا فيها خصوصاً فى الرسائل والأطروحات الكبيرة . فهى تعنى أن قائمة المراجع قد رتبت وكتبت أولاً ثم كتب التقرير بعد ذلك ، حتى يتم تسجيل رقم المرجع بدقة . وهذا يتعارض مع مستوى الدقة فى البحث التى تفرض على الباحث الاطمئنان أولاً إلى التسجيل الدقيق للإسناد المرجعى وتوثيقه ، ثم تسجيل قائمة المراجع التى تعكس ماقام الباحث فعلاً بالرجوع إليه وليس العكس .

وفى جميع الأحوال فإننا نفضل الطريقة الأولى فى تسجيل الإسناد المرجعى وتوثيقه ، وخصوصاً بالنسبة للرسائل العلمية ، فهى بجانب أنها تحقق الارتباط الحالى والدقيق بين النصوص المقتبسة ومراجعها ، فإنها تعتبر تدريبًا للباحث على استخدام الأسلوب العلمى الدقيق الذى أستقرت عليه أدبيات المنهج العلمى فى الإسناد والتوثيق . وتجنبه الكثير من الأخطاء المرتبطة باحتمالات تكرار الإسناد وتكرار المؤلفين أو تكرار المراجع للمؤلفين.حيث تختص بكل هذه الإحتمالات أساليب للتسجيل فى الهامش كما نراها بعد :

التسجيل
فى هوامش النصوص

المبدأ العام هو تسجيل اسم المؤلف أو المؤسسة المصدرة فى حالة عدم وجود مؤلف ، ثم عنوان الكتاب أو المرجع بخط مائل أو حروف سوداء أو تحتها خط ، ثم بيانات النشر وهى (المدينة ، الناشر : سنة النشر) ثم رقم الصفحة أو أرقام الصفحات .

- محمد شومان : **دور الإعلام فى تكوين الرأى العام** ، القاهرة : المنتدى العربى للدراسات والنشر ١٩٩٨ ، ص٦٩ .

ولاتختلف كتابة المراجع الأجنبية عن العربية فى ترتيب المعلومات البيليوجرافية فى الهامش .

- Klaus Bruhn Jensen : ***The Social Semiotics of Mass Communication***., London: SAGE Publications 1995, p.7 .

وحرف (ص) اختصار لكلمة صفحة فى العربية ، وفى الإنجليزية *P.* اختصار

Page وعندما تتعدد الصفحات تكتب ص.ص٤٣-٤٦ *P.P.43-46* اختصارا لكلمة من صفحة ٤٣ إلى صفحة ٤٦ .

٢- واذا كان هناك أكثر من مؤلف أو كاتب فيكتب المؤلفان ، ومازاد عن ذلك يكتب اسم المؤلف الأول ويشـار إلى باقى المؤلفين بـ **آخرون** . ثم تكتب باقى المعلومات كما سبق ذكره ويشار إلى آخرون بالإنجليزية إلى الحروف *et.al* وتعنى *and Others* وتكتب بعد الاسم الأول مباشرة .

- محمد تيمور عبد الحسيب ومحمود علم الدين : الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال ، القاهرة : دار الشروق ١٩٩٧ ، ص.ص....

- نجوى الفوال وآخرون : البرامج الدينية فى التليفزيون المصرى ، القاهرة : المركز القومى للبحوث الإجتماعية والجنائية - قسم بحوث الاتصال الجماهيرى والثقافة ١٩٩٦ . ص.ص.....

- Cheryl Massan & Alan Bryman (eds) *Social Scientists meet the Media.*, New York: Routledge 1995. P.,

ويشار بكلمة (محرر) التى تكتب بالعربية كما هى بالاختصار(*ed*) بين قوسين، وأكثر من محرر (*eds*) وتشير إلى أن هناك أكثر من مشارك بالكتابة وأن هذه الاسماء هى التى تولت تنظيم المادة العلمية وعرضها فى كتاب مع الاحتفاظ بحق كل كاتب على موضوعه داخل الكتاب وفى هذه الحالة تكتب الأعمال الداخلية كالآتى :

- *Mans J. Eysenck : Media Vs. Reality., In : Cheryl Hassan and Alan Bryman (eds)* ***Social Sientists meet the Media***............*P.,*............*P.P.,*

- *Michael* ***Gurevitch.,*** *et. al.,*

٣- وفى حالة عدم وجود مؤلف تكتب المؤسسة المصدرة للعمل مكان المؤلف وتستمر باقى المعلومات بنفس الترتيب السابق .

- اتحاد الجامعات العربية ، المجلس العربى للدراسات العليا والبحث العلمى : **دليل دوريات الجامعات العربية** ، القاهرة : جامعة القاهرة ، ١٩٩٦ .

- *Unesco:* ***Media Education.***, *France: Unesco 1984* .

٤- وإذا تكرر استخدام المرجع مرة أخرى دون أن يفصل بين المرتين مرجع آخر ، فيشار إلى باقى المعلومات بالمصطلح مرجع سابق ثم أرقام الصفحات .

- مرجع سابق . ص.... والإنجليزية .Ibid. P -

٥- وإذا تكرر مرة أخرى فيكتب :

- نفس المرجع السابق ص.ص. وبالإنجليزية .Op.cit. P.P

٦- أما إذا فصل بين المرتين مرجع آخر فيكتب اسم المؤلف أولاً ثم يشار إلى باقى المعلومات بالمصطلح مرجع سابق ثم أرقام الصفحات .

- محمد شومان : مرجع سابق ، ص.ص .

- Klaus Bruhn Jensen: *op.cit P* .

وإذا كان لنفس المؤلف مرجع آخر تم استخدامه قبل ذلك ، فيذكر اسم المؤلف ، متبوعاً باسم الكتاب الذى تكرر استخدامه ، تمييزا له عن الكتب الأخرى ، ثم باقى المعلومات .

- محمد شرمان : **نوابمجلسالشعبوقضاياالتحولالديموقراطى** ، مرجع سابق ص.ص .

٨- و اذا كان للكتاب أكثر من جزء فيشار الي رقم الجزء بعد عنوان الكتاب او المرجع مباشرة بالاختصارات جـ١ بالعربية أو *VoL4* بالإنجليزية .

٩- وإذا كان للكتاب أكثر من طبعة فيشار إلى رقم الطبعة بعد عنوان الكتاب أو المرجع مباشره بالاختصارات (ط٢) وبالإنجليزية رقم الطبعة *2 end edition* .

١٠- أما إذا كان المرجع مترجماً . فيكتب اسم المؤلف الأصلى أولاً بالعربية ثم اسم الكتاب فالمترجم ، وبعد ذلك بيانات النشر ورقم الصفحة أو الصنحات .

- روبرت شيالدينى ، **التأثير : وسائل الأقناع** ، ترجمة: سعد جلال ، القاهرة : دار الفكر العربى ١٩٨٨، ص.ـــ .

١١- أما البحوث المنشورة فى الدوريات والمجلات العلمية ، فيكتب بنفس الترتيب السابق ، ويكتفى باسم الدورية أو المجلة العلمية إذا كانت ذات شهرة واسعة فى التخصص ،أما إذا كانت حديثة أو تستخدم على نطاق محدود فتكتب بيانات الإصدار الخاصة تلك الدورية أو المجلة مثل المدينة والجهة التى تصدرها بالإضافة إلى بيانات البلد أو العدد الذى تم الرجوع إليه .

- سعد لبيب: "تخطيط الحملات الإعلامية المساندة- التعلم للجميع"، **مجلة تنميةالمجتمع** ، العدد الثالث ، السنة١٥ ، القاهرة: مؤسسة فريد ريش ايبرت، ١٩٩١، ص.ـــــ .

بينما فى الحالة الأولى يمكن الاكتفاء بذكر اسم المجلة ورقم المجلد ورقم العدد وتاريخه .

- حسن حنفى : "ثورة المعلومات بين الواقع والاسطورة"، **مجلة السياسة الدولية**، العدد ١٢٣ يناير ١٩٩٦ ص.ص ٧٨-٨٢ .

وفى حالة المجلات والدوريات العلمية فإن ماينشر بحروف سوداء أو مائلة أو تحتها خط هو اسم المجلة وليس عنوان الكتاب أو المجلد ، كما فى الحالات السابقة أما الموضوع نفسه فيوضع بين علامتى تنصيص .

- *M.E. Mc Combs. "Explorers and Surveyers : "Expanding Strategies for Agenda-Setting Research" . Journalism Quarterly Vol 69 - 1992 P.P.813-42*

١٢- وتسجل البحوث المنشورة فى وقائع المؤتمرات أو الندوات العلمية بنفس الأساليب السابقة مع بيان تفصيلى لعنوان المؤتمر والجهة المنظمة والدولة أو المدينة وتاريخ تنظيم المؤتمر ثم بيان الصفحات أو الصفحة . وبنفس الطريقة السابقة فإن مايسجل بحروف سوداء أو مائلة أو تحته خط هو عنوان المؤتمر ، أما عنوان الموضوع فيوضع بين علامتى تنصيص كما فى حالات النشر فى المجلات والدوريات العلمية .

- محمد عبد الحميد: "إشكاليات استخدام وسائل الإعلام فى تنمية الموهبة ورعايتها" **وقائع المؤتمر العلمى الثانى لكلية رياض الأطفال بالقاهرة: الطفل العربى الموهوب**، ٢٣-٢٤ إبريل ١٩٩٧، ص.ص٦٩٢ - ٦٩٧ .

١٣- أما البحوث غير المنشورة مثل رسائل الماجستير والدكتوراه والمودعة بالكليات أو المؤسسات أو مراكز البحوث العلمية ، فيوضح أمام الموضوع أنها رسالة ماجستير أو دكتوراه أو محاضرات غير منشورة ، ثم تحديد مكان الابداع والسنة والذى غالبًا مايكون هو مكان القبول ومنح الدرجة .

- أشرف حسن جلال: "دوافع استخدام الجمهور المصرى للإعلان التليفزيونى واشباعاته" **رسالة ماجستير غير منشورة** ، القاهرة : كلية الإعلام ١٩٩٥ ، ص ـــ .

- *R.D. Wimmer "A Multivariate Analysis of the Uses and Effects of the Mass Media in the 1968 Presidential Campaign" Unpublished doctoral dissertation., Bowling Green State University 1976 .*

١٤- أما اقتباس النصوص من الموضوعات المنشورة بالصحف ، أو المجلات والدوريات العلمية ، غير الموقعه أو التى لاتنسب إلى كاتب أو باحث بعينه ، مثل المقالات الرئيسية التى توقع باسم الصحيفة أو الدورية ، أو المختارات ، وعروض الكتب والأفكار المنشورة التى تحتل أبوابًا رئيسية فى مثل هذه الصحف والدوريات . اقتباس مثل هذه النصوص ينسب إلى الصحيفة نفسها مع استكمال باقى بيانات النشر بعد ذلك .

- الأهرام : الفراغ التشريعى يشجع الجرائم الإلكترونية ، العدد ٤١٠٧٧ السنة ١٢٣، ١٩٩٩/٥/٥ ص٢٨ .
- المجلة المصرية لبحوث الإعلام : قانون المطبوعات والنشر لسنة ١٩٩٥: السلطة الوطنية الفلسطينية ، العدد الثانى ، إبريل ١٩٩٧ ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ص.ص٢١٧-٢٢٦ .

ذلك أن المبدأ العام هو نشر الموضوعات مسندة إلى شخص كاتبها أو صاحبها أو الجهة التى تولت مسئولية النشر . ويعتبر خطأ بالتالى اعتقاد الباحث أن غياب اسم كاتب الموضوع أو الباحث يعنى أن يبدأ الهامش بعنوان الموضوع - كما يحدث فى بعض البحوث .

واستثناء من هذه الحالةماينشر من موضوعات على مواقع الشبكة العالمية "الإنترنت" وهو ماسوف نتناوله فيما بعد .

١٥- فى حالة تعدد المراجع للفقرة الواحدة المقتبسة أو الإحالة إلى أصحاب الآراء المتنفعة حول موضوع أو فكرة معينه فى النص . فإنه يسجل رقم الهامش فى نهاية الفقرة أو الفقرات ، ويشار إلى الرقم فى الهامش ، ويسجل تحت هذا الرقم وبدون أرقام فرعية المراجع التى تناولت النص أو الفقرة المقتبسة ، مرتبة ترتيبًا هجائيًا مثل:

٣- راجع فى ذلك
أو راجع بالتفصيل .

- إبراهيم إمام : ....
- حامد زهران : ....
- راسم الجمال وآخرون : ....

وإذا تعددت المراجع العربية والأجنبية ، تسجل المراجع العربية كما سبق أن ذكرنا وتسجل بعدها المراجع الأجنبية بنفس الطريقة .

١٦- فى حالة غياب أى بيانات فى النشر يتم الإشارة إلى ذلك فى الهامش ، فتستخدم الاختصارات د.ن .N.P للدلالة على عدم وجود ناشر على البحث أو الوثيقة ، وكذلك د.ت .N.d للدلالة على عدم وجود تاريخ أيضاً .

توثيق النصوص الإلكترونية

قدمنا فى الفصل الثالث أهمية النصوص المقتبسة من موضوعات منشورة على مواقع بالشبكات المحلية والعالمية . ومع هذه الأهمية تظهر أيضاً أهمية توثيق هذه النصوص . ومع جدة هذا الاستخدام ظهرت مشكلات عديدة مرتبطة بطبيعة النشر على مواقع بهذه الشبكات وتتمثل فى الآتى :

١- إن النشر على هذه المواقع *Cites* ليس مطلقاً من الناحية الزمنية، بحيث يمكن لأى فرد أن يدخل على الموقع المحدد ويجد نفس المعلومات لآجال طويلة.لأن هذا يرتبط بكثافة استخدام هذه المواقع،فمالا يستخدم منها يتم حذفه من جانب الشبكة . هذا من جانب ومن جانب آخر فقد يرى الكاتب أو الباحث تغيير الموقع لسبب أو آخر وبالتالى فعندما يريد أى مستخدم أن يرجع إلى هذه النصوص قد لايجدها على نفس الموقع الذى سجله الباحث فى دراسته عند الاقتباس منه للمرة الأولى .

٢- حتى مع ثبات الموضوع واستقراره على الموقع لفترة طويلة ، فإن كاتب الموضوع أو ناشره على الشبكة قد يقوم بتحديثه من وقت إلى آخر،خصوصاً وأن التحديث على مواقع شبكات الكمبيوتر أسهل كثيراً وأقل تكلفة من تحديث المواد المطبوعة مما يؤدى أيضاً إلى عدم قدرة المستخدم التالى على التعرف على النصوص المقتبسة عند مراجعتها بعد ذلك ، فيفقد البحث مصداقيته نتيجة ذلك .

٣- العديد من النصوص المنشورة على مواقع هذه الشبكات لاتكون نفس الأعمال

ولكنها تكون مجرد عروض *Demonstration* لهذه الأعمال لإثارة إهتمام الباحثين والمستخدمين للرجوع إلى العمل الأصلى الذى قد يكون مطبوعاً فى كتب منشورة أو مسجلاً على أقراص كمبيوترية *CDs* معدة للبيع والتداول مثل الموسوعات على سبيل المثال .

وبالتالى فإن ما ينشر عنها فى مواقع الشبكات عادة مايكون مبتسراً أو منقوصاً ويكون العمل كاملاً فى الشكل المعروض للبيع . وقد لايفرق الباحث بين العملين سواء كان بشكل هادف أو غير هادف .

ولمواجهة هذه المشكلات - كما سبق أن أوضحنا من قبل - فإن الباحث يجب أن يكون دقيقاً فى توثيق هذه الحالات . بالشكل الذى يحقق الهدف من التوثيق . ويراعى الآتى :

أولاً : عند الاقتباس من موضوعات منشورة على مواقع محددة على الشبكة، يتبع من ناحية المبدأ نفس نظام التوثيق فى المطبوعات مع مراعاة الآتى :

- أن يبدأ التوثيق بإسناد العمل إلى الشخص أو المؤسسة فى البداية .
- تضاف إلى بيانات الشخص أو المؤسسة الخصائص المميزة مثل عنوان البريد الإلكترونى أو البريد الصوتى أو رقم التليفون أو الفاكس إن وجد، حيث أن الأمر قد يستدعى الاتصال بالشخص أو المؤسسة للمزيد من المعلومات حول الموضوع أو العمل المنشور على الشبكة .
- تعريف العمل أيضاً أو الموضوع المنشور بنوع وسيلة الإتاحة *Medium* مباشر/ مطبوعات/ دوريات/ تسجيلات إذاعية/ تسجيلات فيديو/ اسطونات مدمجة *CD* ....إلى آخره) وكذلك تاريخ تحديث العمل فى حالة تحديثه *Last Updat* .
- توضع الخصائص المميزة للكاتب أو العمل بين أقواس كبيرة، مالم يسبقها تعريف بالخاصية مثل(*On Line*) أو الإكتفاء بالتعريف بالخاصية مثل *Up Dated* *13/6/99* أو ------ *Last Up date* .
- يعتبر موقع العمل أو الموضوع هو البديل لبيانات الناشر فى المطبوعات، ويسبق تحديد الموقع تحديد المصدر مثل *Gopher/ FTP/W.W.W* إلى آخره ويسبقها *Available at :* وتوضع بعد كلمة متاح على أو فى العلامات الشارحة (=) تمييزا لها عن باقى علامات الترقيم التى توجد فى عناوين ومواقع الملفات

الموجود عليها الأعمال أو الموضوعات .

- تحديد تاريخ زيارة الموقع والاقتباس من العمل *Access Date/ Available . Date/ Date of Search*

- تحديد رقم الصفحة فى حالة تعدد الصفحات أو الشاشات المنشور عليها العمل أو الموضوع .

Basil, Mechael., (mbasil @ du.edu) Mass Media Effect (On Line) Available at: http: //WWW du edun - mbasil/ mcom 3020. html., 6.12.96 p2 .

وفى حالة وجود بيانات للنشر الأصلى للعمل قبل عرضه فى الملفات على الشبكة مثل الأعمال المنشورة *Journal of Communication* فإنه يضاف إلى البيانات الخاصة بالعمل البيانات الخاصة بالدورية وهى التى توضع فى الموقع وليس العمل ذاته . مثل *Jaurnal of Communication, Vol 47: 4 autumn 97., Available at: htt://WWW. Ou . P.co. UK.jnlcom/ hdb.,* ______________, ______________, ______________________

وفى حالة عدم اسناد العمل إلى مؤلف أو جهة تعتبر هى المسئولة عن العمل، فإن التوثيق يبدأ بالعمل نفسه وتاريخه ونوع الوسيلة ثم بيانات الإتاحة، وهى التى تحدد المصدر فى معظم الأحوال(يسرية زايد ٩٨، وافية درويش٩٩) .

ونفضل فى هذه الحالة البحث أولاً عن المصدر الذى يمكن أن يتمثل فى الجهة التى تنشر مختصرة فى بيانات الموقع مثل *Jnlcom* للإشارة *Journal of Communication* . فيبدأ به النشر كما سبق أن أوضحنا: أما إذا كانت هناك صعوبة فى تحديد الجهة أو عدم امكانية استعادة الاسماء فى بنائها الأصلى من خلال العنوان، فيبدأ التوثيق بعناوين الأعمال ثم خصائصها ويليها بعد ذلك بيانات الإتاحة كما سبق أن ذكرنا .

ويتبع نظام التوثيق فى المطبوعات فى حالات تعدد المؤلفين أو أصحاب العمل، أو وجود عمل أساسى وعمل فرعى (مقال فى دورية أو فصل فى كتاب) وغيرها من الأمور، يتبع نفس النظام فى حالة الإتاحة من خلال الشبكات .

ثانيًا : وفى حالات استقبال أعمال من آخرين استجابة لرسائل سابقة من خلال البريد الالكترونى *E.Mail* فإنه يتم التوثيق بذكر اسم المرسل وعنوان بريده الالكترونى وأى بيانات خاصة تيسر عملية إعادة الاتصال الالكترونى به، وتاريخ استقبال الرسالة ثم موضوع العمل إذا كان له عنوان ينتمى إليه فى البحث أو الدراسة .

M.Abdel hamed., (dr-abdel hamed @ hot mail com., 00202360005., 25/1/2000 Al ahram Readership .

ثالثًا : وفى حالة إجراء الحوار أو الحديث مع آخرين من خلال الشبكات بإستعمال نظم المحادثات *Talk* أو المؤتمرات من خلال الشبكات *Telnet* أو *Usenet* فإن الباحث يسجل الأفراد الذين قام بإجراء الحوار معهم وبياناتهم الإلكترونية وتاريخ إجراء الحوار أو المحادثة، كما هو معمول به فى البريد الالكترونى . وفى جميع الأحوال فإن الباحث يراعى الاحتفاظ بالأعمال التى قام باستخدامها من خلال الملفات الموجودة على الشبكات، وعرضها أو بعضها فى الملاحق متى تطلب الأمر ذلك بإعتبارها أدلة بحثية تعامل معاملة التسجيلات الإذاعية أو تسجيلات الڤيديو غير المتاحة للجميع . وذلك متى عجز الباحث عن الإتصال بالمصدر الأساسى ومراجعته للحصول على أصل العمل مطبوعًا أو مسجلاً بصفته الوثيقة الأساسية الكاملة التى يمكن أن يتوسع الباحث فى الاستفادة منها ومراجعتها .

التسجيل فى قائمة المراجع

هناك عدد من الاختلافات بين تسجيل نفس المرجع فى كل من الهامش وقائمة المراجع تتمثل فى الآتى :

١- يسجل اسم المؤلف أو الباحث فى الهامش بنفس التسلسل العائلى ، بينما ، يسجل فى قائمة المراجع اسم العائلة *Family Name* أولاً متبوعًا بنقطة وفصله ثم الاسم الأول والثانى *Wimmer., Roger D.* . وهناك اتجاه فى بعض الدول العربية لاستخدام نفس الاسلوب فى تسجيل المراجع العربية فى قائمة المراجع ، ولكن لم يتم الاتفاق على هذا الأسلوب فى مصر حتى الآن ، سوى فى عدد محدود من المؤسسات العلمية .

٢- نظراً لاستخدام النظام الخاص باختصار المعلومات البيليوجرافية وتسجيلها داخل النص بين أقواس (محمد عبد الحميد ٩٧:١١٥) واستخدام الأسلوب التقليدى فى هامش النصوص . فقد أصبح يسجل مبدئيًا سنة النشر بعد اسم الكاتب مباشرة فى قائمة المراجع بدلاً من وضعها فى بيانات النشر .

- محمد عبد الحميد (٩٧) : ____________

- Mc Quail., Demmis (94)., ____________

٣- لاتكتب أرقام الصفحات فى قائمة المراجع .

٤- تكتب المراجع فى قائمة المراجع مرتبة ترتيبًا هجائيًا .

٥- يفضل تصنيف قائمة المراجع فى وحدات متتابعة كالآتى :

أ- وثائق رسمية ومخطوطات .

ب- كتب عربية ومعربة .

جـ- بحوث عربية منشوره فى دوريات ومؤتمرات علمية .

د- بحوث ودراسات عربية غير منشورة .

هـ- كتب أجنبية .

و- بحوث أجنبية منشورة فى دوريات ومؤتمرات علمية .

ز- أعمال منشورة على الشبكة العالمية (الإنترنت) .

وذلك بالنسبة للأعمال مجهولة الكاتب أو المصدر السابق الإشارة إليها . وترتب الموضوعات هجائيا كما فى حالة ترتيب المؤلفين أو مصادر الأسناد فى المراجع المختلفة .

٦- وهذا التصنيف ليس ملزما، ويمكن للباحث أن يقوم بتصنيف المراجع العلمية بناء على أى معيار يختاره - مثل التصنيف بناء على محاور الدراسة - بشرط أن يسهم هذا التصنيف فى مراجعة القائمة والاستفادة منها بسهولة ويسر .

٧- فى حالة تعدد المراجع لمؤلف واحد يتم ترتيب المراجع زمنيًا ، وصولاً إلى أحدث ما صدر للمؤلف .

٨- فى حالة تعدد المراجع لمؤلف واحد فى سنة واحدة (كتب وبحوث مثلاً) يتم ترتيبها زمنيًا متى أتيح ذلك ، أو ترتيبها هجائيًا .

قائمة المراجع

أولاً : المراجع العربية والمعربة :

- إبراهيم أنيس (٨٠) : **دلالة الألفاظ**، القاهرة : الإنجلو المصرية .
- أحمد بدر (٨٢) : **أصول البحث العلمى ومناهجه**، (ط٦)، الكويت: وكالة المطبوعات .
- أحمد عطية أحمد (٩٩) : **مناهج البحث فى التربية وعلم النفس (رؤية نقدية)**، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية .
- أحمد مختار عمر (٨٢) : **علم الدلالة**، الكويت : مكتبة دار العروبة للنشر والتوزيع .
- بول موى (٦٦) : **المنطق وفلسفة العلوم**، ترجمة : فؤاد زكريا، القاهرة : دار النهضة المصرية .
- چون ميدلتون (٨٥) : **نهوج فى تخطيط الاتصال**، شعبة الترجمة العربية، باليونسكو، باريس: اليونسكو .
- ديوبولد ڤان دالين (٨٣) : **مناهج البحث فى التربية وعلم النفس**، ترجمة : محمد نبيل نوفل وآخرين، ط٣، القاهرة: الإنجلو المصرية .
- زيدان عبد الباقى (٨٠) : **قواعد البحث الإجتماعى**، ط٢، القاهرة : مطبعة السعادة .
- سعد مصلوح (٨٠) : **الأسلوب : دراسة لغوية إحصائية**، الكويت : دار البحوث العلمية .
- صلاح قنصوة (٨٠) : **الموضوعية فى العلوم الإنسانية - عرض نقدى لمناهج البحث**، القاهرة : دار الثقافة للطباعة والنشر .
- عبد الباسط محمد حسن (٨٠) : **أصول البحث الإجتماعى**، ط٧، القاهرة : مكتبة وهبة .
- عبد الرحمن بدوى (٧٧) : **مناهج البحث العلمى**، ط٣، الكويت : وكالة المطبوعات .

- عبد العليم محمد (٩٠) : **الخطاب الساداتى : تحليل الحقل الايدولوجى للخطاب الساداتى**، القاهرة :كتاب الأهالى، رقم٢٧، أغسطس ١٩٩٠ .
- عبد اللطيف محمد العبد (٧٦) : **مناهج البحث العلمى** : القاهرة : دار المصرية.
- عزيز حنا داوود وآخرون (٩١) : **مناهج البحث فى العلوم السلوكية**، القاهرة : الإنجلو المصرية .
- على عبد المعطى (٨٥) : **رؤية معاصرة فى علم المناهج**، الإسكندرية دار المعرفة الجامعية .
- على ماهر خطاب (٩٨) : **مناهج البحث فى التربية وعلم النفس**، بدون .
- فؤاد أبو حطب، وآمال صادق (٩١) : **مناهج البحث وطرق التحليل الإحصائى فى العلوم النفسية والتربوية والإجتماعية**، القاهرة : مكتبة الإنجلو المصرية .
- ل. ر. جاى (٩٣) : **مهارات البحث التربوى** ترجمة: جابر عبد الحميد، القاهرة : دار النهضة .
- لويس كوهين، لورانس مانيون (٩٠) : **مناهج البحث فى العلوم الإجتماعية والتربوية**، ترجمة : كوثر كوچك، وليم عبيد، القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع .
- مارلين نصر (٨١) : **التصور القومى العربى فى فكر جمال عبد الناصر**، القاهرة : دار المستقبل العربى .
- محمد الجوهرى، عبد الله الخريجى (٧٨) : **طرق البحث الإجتماعى**، القاهرة : بدون .
- محمد الوفائى (٨٩) : **مناهج البحث فى الدراسات الإجتماعية والإعلامية**، القاهرة : الإنجلو المصرية .
- محمد نبهان سويلم (٩٥) : **التحليل وتصميم نظم المعلومات**، القاهرة : المكتبة الأكاديمية .
- محمد عبد الحميد(٨٣): **تحليل المحتوى فى بحوث الإعلام**، جدة:دار الشروق.
- ــــــــــــ (٩٢): **بحوث الصحافة**، القاهرة : عالم الكتب .

- ـــــــــــــــ (٩٣) : **دراسة الجمهور فى بحوث الإعلام**، ط٢، القاهرة : عالم الكتب .
- ـــــــــــــــ (٢٠٠٠) : **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط٢، القاهرة: عالم الكتب .
- محمد عماد الدين إسماعيل (٨٩) **المنهج العلمى وتفسير السلوك**، ط٤، الكويت : دار القلم للنشر والتوزيع .
- محمد على محمد (٨٣) : **مقدمة فى البحث الإجتماعى**، بيروت : دار النهضة العربية .
- محمد محمد الهادى (٩٥) : **أساليب إعداد وتوثيق البحوث العلمية**، القاهرة : المكتبة الأكاديمية .
- محمود علم الدين (٩٠) : **بحوث الإتصال الجماهيرى «رؤية نظرية»**، القاهرة بدون .
- ودودة بدران (تحرير) (٩١) : **البحث الإمبريقى فى الدراسات السياسية**، جامعة القاهرة : مركز البحوث والدراسات السياسية بكلية الإقتصاد والعلوم السياسية .

ثانيًا : أوراق عربية :

- السعيد محمد رشاد (٩٧) : **أنماط الدراسات المستقبلية وأساليب منهجها ودورها فى توجيه البحث العلمى التربوى نحو المستقبل**، جامعة حلوان : كلية التربية، المؤتمر العلمى الخامس ٢٩-٣٠ ابريل، ١٩٩٧ .
- حمدى حسن (٩٦) : **نظريات الإتصال واستراتيجية البحث فى الدراسات الإعلامية**، جامعة القاهرة : كلية الإعلام: أعمال الحلقة الدراسية الثانية لمشكلات المنهج فى بحوث الصحافة، ابريل، ١٩٩٦ .
- دانية محمد درويش (٩٩) : **فهرسة ملفات الإنترنت وإمكانية الاستشهادات المرجعية بها**، تونس : المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، أعمال المؤتمر التاسع للإتحاد العربى للمكتبات والمعلومات، دمشق، ٢١-٢٦ أكتوبر، ١٩٩٨ .

- عواطف عبد الرحمن (٨٨) الدراسات المستقبلية، الاشكاليات والآفاق، الكويت: **مجلة علم الفكر**، المجلد ١٨، العدد ٤، مارس ١٩٨٨ .
- ــــــــــــــــ (٨٦) : الإتجاهات النقدية فى بحوث الإعلام، القاهرة : المركز العربى للدراسات الإعلامية، **مجلة الدراسات الإعلامية**، العدد ٤٤، يوليو/سبتمبر ١٩٨٦ .
- محمد عبد الحميد (٨٥) : الإتجاه النقدى فى دراسة الظواهر الإعلامية المعاصرة، جدة : كلية الآداب والعلوم الإنسانية، **مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية**، المجلد الخامس، ١٩٨٥ .
- ناهد صالح (٨٤) : المنهج فى البحوث المستقبلية، الكويت : **مجلة عالم الفكر**، المجلد ١٤، العدد ٤، مارس ١٩٨٤ .
- يسرية محمد عبد الحليم (٩٩) : **الوثائق الإلكترونية على شبكة الإنترنت، محاولة دولية لتقنين الإرجاعات الببليوجرافيه لها**، تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، أعمال المؤتمر العربى التاسع للإتحاد العربى للمكتبات والمعلومات، دمشق، ٢١-٢٦ أكتوبر، ١٩٩٨ .

ثالثاً : بحوث عربية تم الاستشهاد بها :

- أشرف صالح : إخراج القطع المعدل لصحيفة الأهرام، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد ٧، يوليو ٩٢، ص١١٧ .
- أشرف صالح : إخراج الصحف بدولة الإمارات العربية المتحدة : دراسة مقارنة، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد ٨، ديسمبر ٩٢، ص٥٦ .
- أميرة محمد المرسى : الجوانب الإجرائية والمنهجية لبحوث الصحافة فى مصر - دراسة تحليلية لخطط رسائل الماجستير والدكتوراه المسجلة بكلية الإعلام، **الحلقة الدراسية الأولى لمشكلات المنهج فى الدراسات الصحفية**، إبريل ٨٦، القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة .
- السيد بهنسى : البحوث الاتصالية الخاصة بالطفل من ٦٦-١٩٩٢ دراسة تحليلية تقويمية، القاهرة، جامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر، ١٩٩٤ .

- السيد بهنسى : استخدام نموذج الإهتمام ودوافع المشاهدة فى اتخاذ القرارات الخاصة بتقويم موضوعات برامج الأطفال فى التليفزيون- دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية - جامعة الأزهر، العدد ٣، ج٢، يناير ٩٥ .
- بسيونى حمادة : العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجماهير فى وضع أولويات القضايا العامة فى مصر، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد ٤، يناير ٩١ .
- راجية أحمد قنديل : **دراسات الطفل ووسائل الإعلام والثقافة فى التسعينات**، تحليل من المستوى الثانى لنتائج الدراسات المصرية، القاهرة، الشركة المتحدة للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٨ .
- راجية قنديل : علاقة الطفل المصرى بالصحف والمجلات العامة : دراسة للجمهور والسلوك الإتصالى، القاهرة، الشركة المتحدة للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٨ .
- زامل أبو زنادة، وحمزة بيت المال : الفيديو وآثاره على الأطفال فى المملكة العربية السعودية، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد٦، ديسمبر ١٩٩١ .
- سامى عبد العزيز : تأثير الإعلان التليفزيونى على السلوك الشرائى للطفل، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام-جامعة القاهرة، العدد٦، ديسمبر١٩٩١ .
- سوزان القلينى،هبة السمرى:تأثير مشاهدة العنف فى أفلام الكارتون بالتليفزيون المصرى على الأطفال، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**،كليةالإعلام-جامعة القاهرة، العدد١ ، يناير١٩٩٧.
- سوزان القلينى :دور التليفزيون فى تنمية المواهب لدى الأطفال الموهوبين، المؤتمر العلمى السنوى لمركز دراسات الطفوله، جامعة عين شمس، ابريل١٩٩٧ .
- شاهيناز بسيونى : العلاقة بين التعرض لوسائل الإتصال وطبيعة الإتجاه نحو مشكلة الإرهاب، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام- جامعة القاهرة، العدد ١٠، ديسمبر١٩٩٣ .
- عبد اللطيف ذبيان العوفى : التليفزيون السعودى وإدراك الاتجاهات الإجتماعية وفق نظرية الغرس الثقافى، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد٨، ديسمبر١٩٩٢ .

- عدلى رضا : أثر إعلانات التليفزيون على السلوك الشرائى للجمهور المرى، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد ٩، يوليو ١٩٩٣ .
- ليلى عبد المجيد : بحوث الصحافة فى مصر من ٧١-١٩٨٥ دراسة تحليلية تقويمية، **الحلقة الدراسية الأولى لمشكلات المنهج وفى الدراسات الصحفية**، أبريل ١٩٨٦، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- محمد عبد الحميد : قراءة الصحف ودوافعها بين طلاب الجامعة، دراسة تطبيقية فى الاستخدام والإشباع، **مجلة العلوم الإجتماعية**، جامعة الكويت، المجلد ١٧، العدد ٢، صيف ١٩٨٩ .
- محمد عبد الحميد : نموذج الإهتمام ودوافع القراءة لتقويم الموضوعات الصحفية، **مجلة جامعة الملك عبد العزيز**، مركز النشر العلمى بالجامعة، المجلد ٣، ١٤١٠ (١٩٩٠) .
- محمد عبد الحميد : حدود الاتفاق بين نتائج تحليل محتوى النصوص والصور الصحفية، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد ٤، يناير ١٩٩١ .
- محمد عرفة : التأثير السلوكى لوسائل الإعلام - تحليل من المستوى الثانى، **بحوث الإتصال**، القاهرة، كلية الإعلام، العدد السادس ، ديسمبر ٩١ .
- محمد محمود المرسى : تقييم التغطية الإخبارية لأنباء أزمة الخليج فى التليفزيون المصري، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد ٥، يوليو ١٩٩١ .
- محمد نبيل طلب : اتجاهات المرأة السعودية نحو برامج المرأة بالراديو والتليفزيون، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد ١١، يوليو ٩٤ .
- محمود علم الدين : قراء جريدة المدينة المنورة، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد ١١، يوليو ١٩٩٤ .
- منصور كدسة : اتجاهات الآباء المتخصصين نحو أثر التليفزيون على الابناء؛ دراسة تطبيقية على حملة درجة الدكتوراه فى الإعلام والتربية، **بحوث الإتصال**، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، العدد ٦، ديسمبر ١٩٩١ .

رابعًا : المراجع الأجنبية :

- Anderson, J.A. (87) **Communication Research : Issues and Method.**, New York : Mc Grow - Hill .
- Backstrom, Ch.M & Grerald H. (81) : **Survey Research** 2[ed] edition., New York: John Wiley and Sons .
- Bailey, K.D., (78): **Methods of Social Research.**, New York: Free Press .
- Borg W.R. & Gall M.D. (83) : **Educational Research: An Introduction.**, 4th ed, New York, Longman .
- Barran S. J. and Davis D. K(95): **Mass Cammunication Theory : Foundatim, Fermet and Future.**, Califormia : Wads warth Publisling Company .
-Berger, A. A.(98): **Media Research Techniques** 2[end] ed. London : Sage Publication .
- BlalocK, H.J., JR.(82) : **Conceptualization and Measurement in the Social Science.**, Benerly Hills, CA: Sage .
-Bernard, H.R.(88): **Research Method in Cultural Anthropology.**, Beverly Will CA: Sage .
- Bowers, J.W & Coutlright, J.A. (84) : **Communication Research Metleds**, London: Scott, Foresman and Company .
- Brinberg, S., and Mc Grath, J.E.(85) : **Validity and the Rerearch Process.**, Benerly Hills, CA: Sage .
- Corner J., et al., (eds) (97) : **International Media Research., A Critical Survey.**, London : Rout ledge .
- Cozby, P.C(93) : **Methods in Behavioral Research** (5th ed) Califorima:Moutain View May Field Publislimg Company.
- Curran J. and M. Gurevitch (eds) (91): **Mass Media and Society.**, London : Edward Arnold.
- Emmert, Ph. & Brooks W.D. (eds) (70) : **Methods of Research in Communication.**, Boston : Haughtton Miffin Companey .
- Fawler, F.J., IR (84) : **Survey Research Method**. Beverly Hills, CA: Sage .

- Fink. A., and Kosecoff J.(85) : **How to Conduct Survey: A Step-By-Step Guide**., Beverly Hills, CA: Sage .
- Fraenkel., J.R. & Wallen., N.E.(93): **How to Design and Evaluate Research in Education** 2[end] ed. New York: Mc Grow-Hill Inc .
- Griffin E . A (94): h A **First Look at Communication theory , 2ed ed.**, New Yok : Mc Graw - Hill , Inc .
- Gudykunst., W.B & Kim., Y.Y.(84) **Methods for Inter Cultual Communication Research.**, Bever Hills : SAGE Publications.
- Hall , S., et al (eds) (82) : **Culture, Media, Language.**, London Hutchison .
- Hammersley, M. (ed) (93): **Social Research, Philosophy, Politics and Practice.**, SAGE Publication, London .
- Heath R.L & Bryant J. (92) : **Human Communication : Theory and Research.**, N.J: Laurence Erlbawn Associates .
- Judith, B. (93) : **Doing Your Research Preject** 2[ed] edition Bucking ham: Open University .
- Kalton, G. (83) : **Introduction to Survey Sampling.**, Beverly Hills, CA: Sage .
- Kerlinger, F. (73): **Foundation of Behavioral Research.**, 2[ed] ed. New York : Holt, Rinehart and Winston .
- Kidder., L,H.(81): **Research in Social Relation** 4[th] edition., New York: Holt Rinehart and Winston .
- Kirk J., and Miller, M.L.(86) : **Reliability and Validity in Qualitative Research.**, Beverly Hills, CA: Sage .
- Klaus B.J. (95) : **The Social Semiotic of Mass Communication** London: Sage Publication .
- Kline, G. & Tichenor, Ph. J. (eds) (72) : Current Perpective in **Mass Communication Research.**, London: Beverly Hills SAGE Publication .
- Knowles, D. (ed) (90) : **Explanation and its Limits.**, Cambridge University Press Cambridg .

- Krippendorff, K. (80) : **Content Analysis An Intrduction to Its Methodology**., Beverly Hills, Calif: Sage .
- Labaw, P.K. & Roppeport M.A., (80): **Advanced Questionnaire Designe.**, Cambridge: Abt Books .
- Lin. N. (76) : **The Foundation of Social Reseach.**, New York: Mc Grow- Book Company .
- Lowery, Sh. & Defleur, M. L. (83) : **Milestone in Mass Communication Research**., New York: Longman .
- Marshall, C. & Rossman, G.B.(89) : **Designing Qualitative Research.**, Newbury Park. CA: Sage .
- Mc Quail, D. (94) : **Mass Communication Theory : An Introduction : 2ed** London : Sage Publicotion .
- Merill. J.C and R . L. Lowenstein (79):**Media, Message and Men: New Perspective in Communication.**,New York : Longman .
- Nachmais D. & Nachmais Ch. (81): **Research Methods in Social Sciences 2ed** edition., New York: St., Martin's Press .
- Sechlesinger, Ph. & Silverstone R. (97) : **International Media Research.**, New York : Routledge .
-Servin, W. J. & Tankard, In J.W.(88): **Communication: Theories., Origins, Method.**, Uses., New York : Longman .
- Stemple G.H. & Westly B.H.(eds) (81): **Research Methods in Mass Communication** U.S.A: Printice- Hall. Inc .
- Sundman S. (76) : **Applied Sampling.**, New York: Academic Press Inc .
- Tan, A.S. (85) : **Mass Communication Theory and Research.**, New York: Joun Wiley & Sons .
- Tucker R.K., et al (81) : **Research in Speach Commuication.**, New Iersey .
- Turabian, K.L. (82) : **A Manual For Writers of Research Papers.**, London : The Pitman Press .
- Weisber H.F. & Bower B.D. (77) : **An Introduction to Survey Research and Data Analysis.**, San Franciso: W.H. Freeman and Company .
- Wimmer, R.D. & Dominick J.R. (83) : **Mass Media Research: An Introduction.**, California., Words Wor the Publishing Comp .

بحوث ودراسات علمية
للمؤلف

- كتاب بعنوان : *الصحافة العسكرية القاهرة* : دار المعارف ، سلسلة كتابك العدد رقم ١٤٦ .
- بحث بعنوان : *التحليل الكمي للمحتوى في بحوث الإعلام في ضوء المنظور المنهجي* ، القاهرة : المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، وقائع الحلقة الثانية لبحوث الاعلام في مصر ، ديسمبر ١٩٨٠ .
- كتاب بعنوان : *الصحافة العسكرية في مصر ١٩٥٢ - ١٩٧٣ ، دراسة تاريخية نقدية مقارنة* ، القاهرة : مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام - العدد ٥٢ - ١٩٨٢ .
- كتاب بعنوان : *تحليل المحتوى في بحوث الإعلام* ، جدة : دار الشروق ١٩٨٣ .
- بحث بعنوان : *الدور الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسات الصحفية* . جدة : جامعة الملك عبد العزيز ، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، العدد الرابع ١٤٠٤ / ١٩٨٤ .
- بحث بعنوان : *الاتجاه النقدي في دراسة الظواهر الإعلامية المعاصرة* . جدة : جامعة الملك عبد العزيز ، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، العدد الخامس ١٤٠٥ / ١٩٨٥
- بحث بعنوان : *تحليل محتوى الصورة الصحفية ، القاهرة* : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، وقائع الحلقة الدراسية الأولى .. مشكلات المنهج في الدراسات الصحفية ، ابريل ١٩٨٦ .
- كتاب بعنوان : *دراسة الجمهور في بحوث الإعلام* . مكة المكرمة : المكتبة الفيصلية ١٩٨٧
- بحث بعنوان : *المنظور الاجتماعي في دراسة جمهور وسائل الاعلام* . جدة : مجلة جامعة الملك عبد العزيز - الآداب والعلوم الإنسانية ، مجلد ١، ١٤٠٨ / ١٩٨٨ .
- كتاب بعنوان : *وسائل الاتصال الإداري* ، مقررات منهج التعليم الثانوي المطور - برنامج العلوم الإدارية ، المملكة العربية السعودية : وزارة المعارف ، الإدارة العامة للمناهج ١٤٠٨ / ١٩٨٨ .
- فصل في كتاب : *وسائل الاتصال المطبوعة* في كتاب : مقدمة إلى وسائل الاتصال ، في : علي عجوة وآخرون : جدة مكتبة مصباح ١٩٨٩ .

- بحث بعنوان : *الاتجاهات الاساسية فى بحوث قراءة الصحف* – القاهرة : المجلة العلمية لكلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الأول : يوليو ١٩٨٩ .
- بحث بعنوان : *قراءة الصحف ودوافعها بين طلاب الجامعة ، دراسة تطبيقية فى الاستخدام والاشباع* . الكويت : جامعة الكويت : مجلة العلوم الاجتماعية ، المجلد «١٧» العدد «٢» صيف ١٩٨٩ .
- بحث بعنوان : *نموذج الاهتمام والدوافع لتقويم الموضوعات الصحفية* . جدة : مجلة جامعة الملك عبد العزيز – كلية الآداب والعلوم الإنسانية « مجلد ٣» ١٤١١/١٩٩٠ .
- كتاب بعنوان : *إنتاج المواد الإعلامية المطبوعة فى العلاقات العامة* . فى كتاب : إنتاج المواد الإعلامية فى العلاقات العامة ، راسم الجمال ، محمد عبد الحميد ، سعيد السيد، جدة : مكتبة مصباح ١٩٩٠ .
- بحث بعنوان : *حدود الاتفاق بين نتائج تحليل النصوص والصور الصحفية* . القاهرة : المجلة العلمية لكلية الإعلام ، جامعة القاهرة « بحوث الاتصال » العدد الرابع يناير ١٩٩١ .
- كتاب بعنوان : *بحوث الصحافة ، القاهرة* : عالم الكتب ١٩٩٢ .
- بحث بعنوان : *البحث العلمى فى مجال الإعلام الإسلامى ، اشكالياته ودوره الوظيفى* .ندوة الاعلام الإسلامى بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل القاهرة : مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامى – جامعة الازهر، ومؤسسة اقرأ الخيرية مايو ١٩٩٢ .
- كتاب بعنوان : *الاتصال فى مجالات الابداع الفنى الجماهيرى* ، القاهرة : عالم الكتب ١٩٩٣ .
- ورقة عمل بعنوان : *دعم التربية الاعلامية فى المؤسسات التعليمية* ، المؤتمر العلمى الثالث لكلية التربية – جامعة حلوان : التعليم وتحديات القرن الحادى والعشرين ، ابريل ١٩٩٥
- ورقة عمل بعنوان : *المداخل الأساسية للبحث العلمى فى تكنولوجيا التعليم* ، المؤتمر العلمى السادس للجمعية المصرية لتكنولوجيا التعليم، القاهرة: ديسمبر ١٩٩٨
- كتاب بعنوان : *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير* ، القاهرة : عالم الكتب، ط١ ١٩٩٧، ط٢ ٢٠٠٠ .

